DOCUMENT 1

Restitution de la Grille Royale du château de Versailles

Pose de la première pierre
le lundi 29 mai 2006 à 11h

Page 1

Communiqué de presse

Restitution de la Grille Royale du château de Versailles grâce au mécénat du groupe Monnoyeur, Grand Mécène du Ministère de la Culture et de la Communication

L'Etablissement public du musée et du domaine de Versailles a commencé depuis 2003 une vaste campagne de restauration, de modernisation et d'aménagement soutenue par l'Etat. Dans cette dynamique du Grand Versailles s'inscrit la restitution de la Grille Royale aujourd'hui disparue, élément phare du projet et clef de voûte du futur dispositif d'accueil du public au Château.

En s'associant à la restitution de la Grille Royale, le Groupe Monnoyeur, entreprise familiale française de services liés au bâtiment et aux travaux publics, participe à l'occasion de son centenaire, à cette opération exceptionnelle et devient par là même Grand Mécène du Ministère de la culture et de la communication.

La Grille Royale séparait, sous l'Ancien Régime, la cour d'Honneur de la cour Royale, celle-ci constituant avec la cour de Marbre le cœur précieux, le « Saint des Saints » du Château. Cette grille, pièce maîtresse du double système de clôture qui avait toujours prévalu pour des raisons de sécurité et d'Etiquette, fut créée dans les années 1680 par les plus grands ferronniers de l'époque, mais disparut pendant la période révolutionnaire.

Cette grille monumentale de 80 mètres de long nécessitera plus de deux ans de travaux et quinze tonnes de fer pur pour les ouvrages de ferronnerie et les ornements, avant de réapparaître à la vue de sept millions de visiteurs par an, en changeant totalement la perspective que nous connaissons aujourd'hui. Les plus grands artisans d'art sont associés à cet ouvrage, tailleurs de pierre, sculpteurs, ferronniers, fondeurs, doreurs, ornemanistes qui restitueront les techniques anciennes dans une tradition d'excellence.

Contacts presse

Château de Versailles
Aude Revillon d'Apreval, Aurélie Gevrey-Dubois
Tél : 01 30 83 77 01 / 03
aude.revillon@chateauversailles.fr aurelie.gevrey@chateauversailles.fr

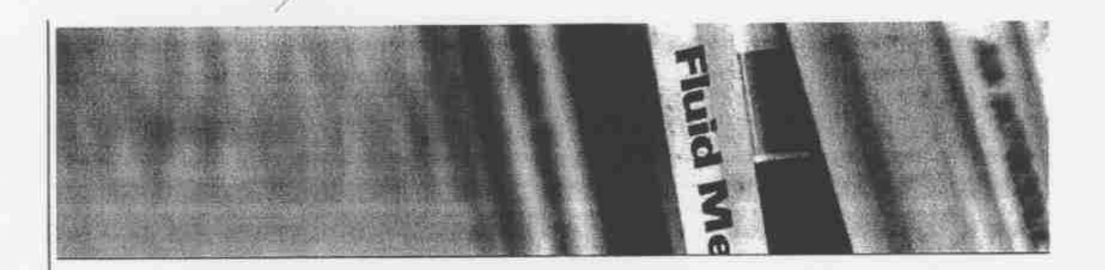
Groupe Monnoyeur
Jacqueline Rossignol Tél : 01 49 22 60 42
Yves Harel Tel : 01 49 22 60 78





DOCUMENT 2

CAT.INIST



Titre du document / Document title
La punition : L'opinion des Français : Le rapport Rigaud = Punihsment, The French people opinion, the Rigaud's report

Auteur(s) / Author(s)
FATON L. ;

Résumé / Abstract
Commentaire, à la suite du rapport Rigaud Pour une refondation de la politique culturelle, concernant la baisse du budget de la culture observable en pourcentage et en volume qui traduit selon l'A un changement profond de l'attitude du gouvernement à l'égard de la culture, conséquences sur les autorisations de programme pour la restauration et la mise ne valeur du patrimoine, conséquences sur le rôle du ministère ; commentaires sur un sondage de la SOFRES pour le Journal La Croix concernant le Patrimoine dans lequel se dégage une opinion très favorable sur la contribution de l'Etat au financemenrt de la culture ; commentaires sur les limites du rapport Rigaud

Revue / Journal Title
L' Estampille. L'objet d'art **ISSN** 0998-8041

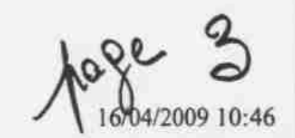
Source / Source
1997, n°309, pp. 26-29 (2 ref.)

Langue / Language
Français

Editeur / Publisher
Editions Faton, Dijon, FRANCE (1989) (Revue)

Mots-clés anglais / English Keywords
Research organization ; Financing ; Archaeological management ; Research programme ; France ;

Mots-clés français / French Keywords
Organisation de la recherche ; Financement ; Gestion du patrimoine ; Programme de recherche ; France ;



DOCUMENT 3

Décret n° 2009-158 du 11 février 2009 relatif aux fonds de dotation



13-02-2009

JORF n°0037 du 13 février 2009 page 2591
texte n° 8

NOR: ECEM0824646D

Le Premier ministre,
Sur le rapport de la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi,
Vu le code de commerce ;
Vu le code général des impôts ;
Vu le code pénal ;
Vu le code de la sécurité sociale, notamment son article R. 931-10-21 ;
Vu la loi n° 91-772 du 7 août 1991 relative au congé de représentation en faveur des associations et des mutuelles et au contrôle des comptes des organismes faisant appel à la générosité publique, notamment son article 4 ;
Vu la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations, notamment son article 22 ;
Vu la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, notamment son article 140 ;

Le Conseil d'Etat (section de l'intérieur) entendu,

Décrète :

TITRE IER : DES MODALITES DE GESTION FINANCIERE DU FONDS DE DOTATION

Article 1

Le conseil d'administration du fonds de dotation définit la politique d'investissement du fonds, dans des conditions précisées par les statuts. Ces conditions incluent des règles de dispersion par catégories de placement, et de limitation par émetteur.
Les actifs éligibles aux placements du fonds de dotation sont ceux qu'énumère l'article R. 931-10-21 du code de la sécurité sociale.

Article 2

Lorsque le montant de la dotation excède un million d'euros, les statuts du fonds de dotation prévoient la création, auprès du conseil d'administration, d'un comité consultatif, composé de personnalités qualifiées extérieures à ce conseil, et chargé de lui faire des propositions de politique d'investissement et d'en assurer le suivi. Ce comité peut proposer des études et des expertises.

TITRE II : DE LA MISSION DU COMMISSAIRE AUX COMPTES

Article 3

Les comptes annuels d'un fonds de dotation tenu d'avoir un commissaire aux comptes en vertu du VI de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée sont mis à la disposition de celui-ci au moins quarante-cinq jours avant la date de la réunion du conseil d'administration convoquée pour leur approbation. Leur est joint le rapport d'activité prévu au VII du même article de la même loi.

Le commissaire aux comptes certifie les comptes annuels du fonds de dotation et vérifie leur concordance avec le rapport d'activité prévu à l'article 8.

Article 4

Les comptes annuels et le rapport du commissaire aux comptes sont adressés à l'autorité administrative par lettre recommandée avec demande d'avis de réception dans un délai de six mois à compter de la clôture de l'exercice.

Le fonds de dotation assure la publication de ses comptes annuels, telle qu'elle est prévue au VI de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée, y compris, le cas échéant, de l'annexe mentionnée au deuxième alinéa du VI de cet article, sur le site internet de la Direction des Journaux officiels dans les mêmes conditions que les associations ou fondations soumises aux prescriptions du premier alinéa de l'article L. 612-4 du code de commerce.

Article 5

Les démarches du commissaire aux comptes auprès du président du fonds de dotation prévues par le quatrième alinéa du VI de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée sont faites par lettre recommandée avec demande d'avis de

réception.

Lorsque le commissaire aux comptes constate des faits de nature à compromettre l'activité du fonds de dotation, il engage ces démarches sans délai.

Lorsque le commissaire aux comptes invite le président du fonds de dotation à faire délibérer le conseil d'administration sur les faits ainsi relevés, il fixe la date, dans un délai qui ne peut excéder huit jours, l'ordre du jour et, le cas échéant, le lieu de la réunion du conseil d'administration. Les frais de cette réunion sont à la charge du fonds de dotation.

TITRE III : DU CONTROLE DE L'AUTORITE ADMINISTRATIVE

Article 6

L'autorité administrative mentionnée au VII de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée et dans le présent décret est le préfet du département dans lequel le fonds de dotation a son siège social.

Article 7

La déclaration de création du fonds de dotation ainsi que la déclaration de modification des statuts prévues au II de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée mentionnent les noms, prénoms, dates de naissance, lieux de naissance, professions, domiciles et nationalités de ceux qui sont chargés, à un titre quelconque, de son administration. L'autorité administrative en délivre récépissé dans un délai de cinq jours.

La publication de ces déclarations au Journal officiel de la République française incombe aux fondateurs du fonds de dotation. Elles sont faites à leurs frais. Elles mentionnent :

a) La dénomination et le siège social du fonds de dotation ;
b) L'objet du fonds de dotation ;
c) La durée pour laquelle le fonds de dotation est créé ;
d) La date de la déclaration.

Le fonds de dotation est tenu de faire connaître, dans les trois mois, à l'autorité administrative tous les changements survenus dans son administration,

Page 6

notamment les changements de membres et les changements d'adresse du siège social.

Article 8

Le fonds de dotation établit chaque année un rapport d'activité, qui est soumis à l'approbation du conseil d'administration, et qu'il adresse à l'autorité administrative dans un délai de six mois à compter de la clôture de l'exercice.

Ce rapport contient les éléments suivants :

a) Un compte rendu de l'activité du fonds de dotation, qui porte tant sur son fonctionnement interne que sur ses rapports avec les tiers ;

b) La liste des actions d'intérêt général financées par le fonds de dotation, et leurs montants ;

c) La liste des personnes morales bénéficiaires des redistributions prévues au I de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée, et leurs montants ;

d) Si le fonds de dotation fait appel à la générosité publique, le compte d'emploi des ressources collectées auprès du public prévu à l'article 4 de la loi du 7 août 1991 susvisée, qui précise notamment l'affectation des dons par type de dépenses et qui mentionne les informations relatives à son élaboration ;

e) La liste des libéralités reçues.

Lorsque le rapport d'activité n'a pas été notifié dans le délai mentionné au premier alinéa, ou lorsque le rapport est incomplet, l'autorité administrative peut mettre en demeure le fonds de dotation de se conformer à ses obligations dans un délai d'un mois.

Article 9 En savoir plus sur cet article...

Constituent des dysfonctionnements graves, dès lors qu'ils affectent la réalisation de l'objet du fonds de dotation :

a) La violation des règles de gestion financière prévues au titre Ier ;

b) La violation des dispositions du VI de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée et du titre II du présent décret relatives à l'établissement et à la publicité des comptes annuels, et à la mission du commissaire aux comptes ;

page. 7

c) Le fait, pour le fonds de dotation, de disposer ou de consommer tout ou partie de la dotation en capital dont il bénéficie dans le cas où les statuts n'autorisent pas à consommer cette dotation, et, dans le cas où les statuts prévoient cette possibilité, le fait de disposer ou de consommer tout ou partie de la dotation en violation des conditions fixées par les clauses statutaires ou pour une cause étrangère à la réalisation des œuvres ou des missions d'intérêt général prévues au premier alinéa du I de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée ;
d) La consommation par un fonds de dotation à durée déterminée de sa dotation au-delà du terme statutaire d'activité du fonds, en violation des dispositions de l'article 15 du présent décret ;

e) Le fait, pour le fonds de dotation, de ne pas avoir adressé les rapports d'activité à l'autorité administrative ou d'avoir adressé des rapports d'activité incomplets, durant deux exercices consécutifs, malgré la mise en demeure qui lui a été faite en application de l'article 8 du présent décret.

Article 10

La suspension de l'activité du fonds de dotation est notifiée au président du fonds de dotation et au commissaire aux comptes par l'autorité administrative, qui procède également à la publication de sa décision au Journal officiel de la République française, aux frais du fonds. La décision mentionne les motifs, la durée et les modalités d'exécution de la suspension.

TITRE IV : DE L'AUTORISATION D'APPEL A LA GENEROSITE PUBLIQUE

Article 11

La demande d'autorisation de faire appel à la générosité publique prévue au III de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée est adressée à l'autorité administrative par lettre recommandée avec demande d'avis de réception.

Le dossier de la demande doit indiquer les objectifs poursuivis, ainsi que les périodes et les modalités d'organisation de la campagne d'appel à la générosité publique.

Article 12

L'autorité administrative peut refuser l'autorisation prévue à l'article 11 pour un motif d'ordre public ou dans les cas suivants :

a) Lorsque l'objet de l'appel n'entre pas dans les prévisions de l'article 3 de la loi du 7 août 1991 susvisée ;

b) Lorsqu'un membre du conseil d'administration a fait l'objet, depuis moins de cinq ans, d'une condamnation définitive pour l'une des infractions prévues par les articles 222-38, 222-40, 313-1 à 313-3, 314-1 à 314-3, 324-1 à 324-6, 432-15, 433-1, 434-9, 435-1 à 435-4, 435-7 à 435-10, 441-1 à 441-9, 445-1 à 445-4 et 450-1 du code pénal, par l'article 1741 du code général des impôts, et par les articles L. 241-3 (4°), L. 242-6, L. 242-30, L. 243-1, L. 244-1 et L. 654-1 à L. 654-6 du code de commerce ;

c) Lorsque, en application des dispositions du troisième alinéa du VII de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée, l'autorité administrative a suspendu l'activité du fonds de dotation ou a saisi l'autorité judiciaire en vue de sa dissolution.

Article 13

Le silence conservé par l'autorité administrative à l'expiration d'un délai de deux mois à compter du dépôt du dossier complet de demande d'autorisation d'appel à la générosité publique vaut autorisation tacite.

TITRE V : DE LA DISSOLUTION DU FONDS DE DOTATION

Article 14

La dissolution du fonds de dotation fait l'objet d'une publication au Journal officiel de la République française, aux frais du fonds. En cas de dissolution statutaire ou volontaire, cette publication incombe au président du fonds, après accord du conseil d'administration. En cas de dissolution judiciaire, elle incombe au liquidateur désigné par l'autorité judiciaire.

Article 15

A l'expiration du délai prévu pour la réalisation de son objet, un fonds de dotation à durée déterminée peut, par délibération de son conseil d'administration notifiée à l'autorité administrative par lettre recommandée avec demande d'avis de

Page 9

réception, utiliser l'actif net restant à l'issue de la liquidation du fonds pendant un délai qui ne peut excéder six mois.

Si l'utilisation projetée n'est pas conforme à l'objet du fonds, l'autorité administrative dispose d'un délai de sept jours à compter de la réception de la délibération pour s'y opposer.

En cas d'opposition de l'autorité administrative, ou à l'expiration du délai de six mois prévu à l'alinéa précédent, l'actif net restant à l'issue de la liquidation du fonds de dotation à durée déterminée est transféré dans les conditions prévues au troisième alinéa du VIII de l'article 140 de la loi du 4 août 2008 susvisée.

TITRE VI : DISPOSITIONS FINALES

Article 16

Les dispositions des articles 3, 4, 5, 7, 11 et 12 du présent décret peuvent être modifiées par décret.

Article 17

La ministre de l'intérieur, de l'outre-mer et des collectivités territoriales et la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi sont chargées, chacune en ce qui la concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 11 février 2009.

François Fillon

Par le Premier ministre :

La ministre de l'économie,

de l'industrie et de l'emploi,

Christine Lagarde

La ministre de l'intérieur,

Page 10

de l'outre-mer et des collectivités territoriales,

Michèle Alliot-Marie

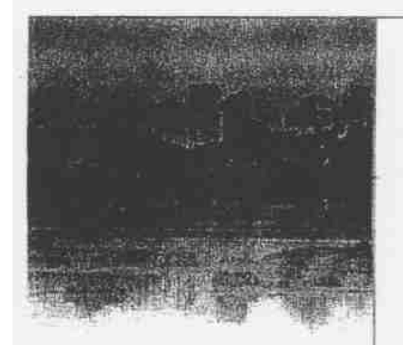
LIEN VERS SITE DES JOURNAUX OFFICIELS.

Fermer la fenêtre

page 11

PME, mettez votre entreprise sur le devant de la scène !

Rencontres régionales du mécénat culturel
jeudi 23 octobre 2008
cathédrale de Maguelone



« Relais principal et interlocuteur privilégié des entreprises, le réseau des CCI du Languedoc-Roussillon poursuit son objectif, celui de créer une passerelle entre le monde économique et le monde culturel et d'inscrire le développement local dans une logique claire, lisible et durable. En pérennisant l'engagement de ces grands acteurs au travers d'initiatives culturelles innovantes, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Languedoc-Roussillon participe ainsi à sa mission première, la valorisation et le rayonnement des entreprises, du territoire régional et des partenaires qui le composent. »

Serge CLAUSSE, Président
de la CRCI Languedoc-Roussillon.

Ces rencontres régionales seront introduites par les Compagnons de Maguelone qui nous accueillent dans ce lieu exceptionnel, classé monument historique depuis 1840, empreint d'un passé historique et enchanteur. Le lieu semblait approprié pour conduire cette manifestation puisque de nombreux mécènes ont participé à la restauration de la cathédrale de Maguelone depuis le Moyen Age.

Elles démarreront avec la présentation de l'état des lieux du mécénat en Languedoc-Roussillon réalisé par la DRAC en 2007. Elles se poursuivront par deux tables rondes animées par le journaliste Marc LECARPENTIER :

- **Mécénat culturel, mode d'emploi**
- **Outils stratégiques pour les entreprises : mécénat de proximité**

Les chefs d'entreprises et les artistes qui participent à ces tables rondes ont tous réalisé des actions de mécénat culturel. A présent la DRAC et la CRCI proposent à tous ces acteurs économiques et culturels un appui direct pour promouvoir l'essor du mécénat en Languedoc-Roussillon.

Page 12

DOSSIER PRESSE

DOCUMENT 4



jeudi 23 octobre 2008 à 18h
à la cathédrale de Maguelone

Page 13

légende de simon le lépreux, premier évêque de maguelone

Simon, après avoir converti à la religion chrétienne grand nombre de peuples riverains du Rhône, apporta la bonne nouvelle dans l'île de Maguelone qui renfermait un temple desservi par des vestales. Sa mission terminée, il se disposait à passer en Espagne, quand par un dernier effort des divinités païennes expirantes, le martyre vint couronner sa vie. Les vestales de l'île, poussées par leur haine contre les apôtres du Christ, le précipitèrent dans l'étang, dont les eaux profondes n'éteignirent pas l'ardente clarté de l'apôtre, qui reçut dans le ciel la couronne d'immortalité.

Extrait de l'ouvrage de J. B. RIHET-BOISMERY, La prisonnière des sables ; Arnaud, 1993.

communiqué de presse

culture & entreprise, la rencontre est-elle possible ?

Le Mécénat Culturel est un moyen de communiquer « autrement » pour les entreprises. Facteur de cohésion et de valorisation, il permet à l'entreprise de participer activement au développement économique.

A l'occasion des 1ères Rencontres du Mécénat Culturel organisées par la CRCI LR et la DRAC le

jeudi 23 octobre 2008 à 18h
A la cathédrale de Maguelone

différentes problématiques seront traitées :

- **Quel est l'intérêt du mécénat pour l'entreprise au-delà de la défiscalisation ?**
- **Quels sont les moyens offerts aux entreprises désireuses d'entrer dans une démarche de mécénat ?**
- **Quelle est la volonté de l'Etat pour favoriser la rencontre entre la culture et le monde économique ?**

Ces rencontres sont l'occasion d'échanger et de partager des expériences entre deux mondes fondamentalement différents. Chefs d'entreprises et porteurs de projets culturels se côtoieront sous les yeux attentifs d'experts.

Une soirée économiquement culturelle en perspective, dans ce lieu patrimonial exceptionnel où la rencontre peut-être fusionnelle ?



Inscription uniquement sur communication@languedoc-roussillon.cci.fr

Contact presse :
Vanessa BREHMER RIVIERE - Communication - Tél. : 04 67 13 68 14
Email : v.brehmer-riviere@languedoc-roussillon.cci.fr

PME, mettez votre entreprise sur le devant de la scène !

Rencontres régionales du mécénat culturel
jeudi 23 octobre 2008
cathédrale de Maguelone



« Relais principal et interlocuteur privilégié des entreprises, le réseau des CCI du Languedoc-Roussillon poursuit son objectif, celui de créer une passerelle entre le monde économique et le monde culturel et d'inscrire le développement local dans une logique claire, lisible et durable. En pérennisant l'engagement de ces grands acteurs au travers d'initiatives culturelles innovantes, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Languedoc-Roussillon participe ainsi à sa mission première, la valorisation et le rayonnement des entreprises, du territoire régional et des partenaires qui le composent. »

Serge CLAUSSE, Président
de la CRCI Languedoc-Roussillon.

Ces rencontres régionales seront introduites par les Compagnons de Maguelone qui nous accueillent dans ce lieu exceptionnel, classé monument historique depuis 1840, empreint d'un passé historique et enchanteur. Le lieu semblait approprié pour conduire cette manifestation puisque de nombreux mécènes ont participé à la restauration de la cathédrale de Maguelone depuis le Moyen Age.

Elles démarreront avec la présentation de l'état des lieux du mécénat en Languedoc-Roussillon réalisé par la DRAC en 2007. Elles se poursuivront par deux tables rondes animées par le journaliste Marc LECARPENTIER :

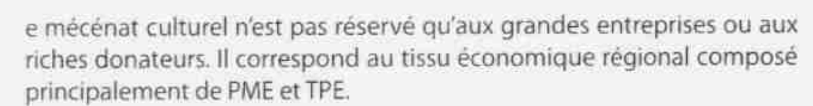
- **Mécénat culturel, mode d'emploi**
- **Outils stratégiques pour les entreprises : mécénat de proximité**

Les chefs d'entreprises et les artistes qui participent à ces tables rondes ont tous réalisé des actions de mécénat culturel. A présent la DRAC et la CRCI proposent à tous ces acteurs économiques et culturels un appui direct pour promouvoir l'essor du mécénat en Languedoc-Roussillon.

Page 16

Table ronde n° 1

Mécénat, mode d'emploi



Le mécénat culturel n'est pas réservé qu'aux grandes entreprises ou aux riches donateurs. Il correspond au tissu économique régional composé principalement de PME et TPE.

Le Languedoc Roussillon a des mécènes qui soutiennent le patrimoine régional à travers différentes formes de mécénat. Les entreprises semblent de plus en plus impliquées dans cette activité et les porteurs de projets culturels plus à l'écoute des chefs d'entreprise. Un savant mélange qui devient partie prenante de l'intérêt général. Mais le mécénat culturel n'est pas arrivé à son apogée. Menacé par la crise financière, les lois de modernisation et bien d'autres phénomènes économiques, il est important de se poser les bonnes questions.

Le mécénat pour qui, quoi, comment ?

Quels avantages fiscaux ?

Quel fonctionnement adopté ?

Eclairage sur le mécénat culturel en Languedoc-Roussillon avec :

- Didier Deschamps, Directeur Régional des Affaires Culturelles du Languedoc-Roussillon
- Karen Nielsen, Consultante, Kaïron
- Thomas Raymond, Directeur association Attitude « Battle of the year »
- Violette Guardia, Expert-comptable, Ordre régional des experts comptables du Languedoc-Roussillon
- Yvon Tranchant, Directeur de la scène nationale de Sète et du bassin de Thau

sondage

Selon une enquête Admical/CSA menée en mars 2006, une entreprise sur cinq fait du mécénat et sont majoritairement des PME. 32 % ont plus de 1000 salariés. Le mécénat concerne principalement les secteurs des services et de l'industrie mais l'agroalimentaire, le commerce et les transports comptent de nombreuses entreprises mécènes. 88% du mécénat d'entreprise prend la forme de contribution financière, mais les autres formes de mécénat tendent à se développer.

Page 17

Table ronde n° 2

outils stratégiques pour les entreprises : mécénat de proximité



57 % des entreprises mécènes sont régionales. Le mécénat se rapproche des nouvelles attentes des entreprises face aux mutations sociétales et économiques. Facteur d'identité positive, de cohésion interne, de valorisation de l'image… le mécénat semble avoir de belles perspectives d'avenir.

Certes le phénomène est mal connu mais l'intérêt est tellement source d'opportunité que des entreprises innovantes ne tardent pas à s'y intéresser.

Opportunité ou investissement, le mécénat est une belle affaire !

Avec les interventions de :

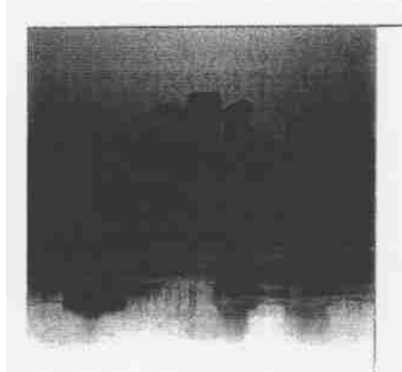
- Francis Cabanat, Président CCI Alès
- Franz Clochard, Directeur de la compagnie Mécanique Vivante
- Alain Cohen Boulakia, Avocat Cabinet Juripôle
- Bruno Boivin, Directeur Régional CIC Société Bordelaise
- Philippe Leclant, Directeur du Festival de Maguelone

Témoignage

Fondation d'entreprises : allier le nom d'une entreprise à celui d'une institution culturelle prestigieuse

Le musée Fabre de Montpellier Agglomération, rouvert en février dernier, a déjà accueilli plus de 270 000 visiteurs. Son large succès est l'un des facteurs déclenchant de la mise en place de la Fondation d'entreprises du musée Fabre. La Fondation d'entreprises permettra de développer le rayonnement du musée Fabre, grâce à la participation des entreprises à : l'acquisition d'oeuvres d'art, notamment d'artistes régionaux et d'œuvres d'art contemporain, la réalisation d'expositions temporaires, de grandes restaurations de peintures et d'objets des collections permanentes.

Les intervenants &



L'Ordre des Experts-Comptables de la région de Montpellier couvre 6 départements (Aude, Aveyron, Gard, Hérault, Lozère, Pyrénées-Orientales) regroupant près de 850 Experts-Comptables et 220 experts-comptables stagiaires, soit près de 1100 professionnels présents dans 90% des PMI-PME de la région. Les Experts-Comptables partagent l'idée que le développement économique de la région est indissociable de la valorisation de son patrimoine culturel, de l'encouragement aux initiatives des entreprises, des élus locaux et des particuliers qui y contribuent et de la mise en oeuvre des solutions juridiques et fiscales adaptées.

Certaines mesures ont été mises en place telles :

- la désignation d'un correspondant mécénat en la personne de Violette GUARDIA, assistée de Philippe MARTY,
- la communication auprès des chefs d'entreprises, des élus, des responsables associatifs et des particuliers sur les dispositifs incitatifs de la loi du 1er août 2003 ainsi que les avantages du mécénat culturel (ex conférence d'ouverture par Philippe MARTY au salon ARTENIM)
- des actions de tutorat et d'accompagnement
- la remise d'une création d'un artiste régional lors des prestations de serment des nouveaux Experts-comptables...



Thibaut DUPONT
Ordre des Experts-Comptables
Région de Montpellier
661 rue Louis Lépine BP 31175 - 34.009
MONTPELLIER CEDEX 1
Tél : 04.67.20.98.50 - Fax: 04.67.20.29.77
www.oec-montpellier.org

Les intervenants

De la fondation d'entreprise au fond de dotation : le mécénat d'entreprise fait sa révolution



Les fondations d'entreprise répondent au renouveau d'intérêt pour le mécénat, emportant accélération récente de modifications législatives. Le texte fondateur est la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, dispositif originel complété et enrichi par de nombreux textes : décret du 11 juillet 2002, loi du 1er août 2003, article L 341-11 et s du Code de la Recherche, article L 719-12 et L 719-13 premier alinéa du Code de l'Education Nationale...

On compte aujourd'hui en France, plus de 200 fondations d'entreprise.

Parmi elles, la FONDATION d'ENTREPRISE DU MUSEE FABRE, créée dernièrement à MONTPELLIER, et dont JURIPOLE est membre fondateur.

Cette fondation réunit des entreprises de taille totalement différentes (de la multinationale à un magasin de prêt-à-porter de l'Ecusson montpelliérain), qui ont décidé de doter la Fondation, chaque année, de manière irrévocable, d'une somme de 10.000 €, pendant 5 ans. L'actualité législative est toutefois riche en la matière.

La Loi du 4 août 2008 (n°2008-776) est révolutionnaire ; il est institué un nouvel outil, aussi simple qu'innovant: le fonds de dotation. Ce fonds reçoit, de manière irrévocable, des biens et droits de toute nature qui lui sont apportés à titre gratuit pour réaliser une oeuvre ou une mission d'intérêt général. Les fonds doivent être versés par le fonds de dotation, à personne morale à but non lucratif. On est très proche de la notion anglo-saxonne de « endowment fund ».

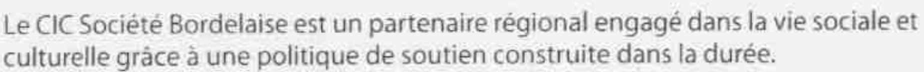
Les fonds de dotation bénéficieront d'une fiscalité au moins aussi favorable que celle des fondations d'entreprise. Contrairement aux fondations d'entreprise, il n'est pas nécessaire de disposer d'une autorisation administrative puisque la fondation se crée par simple déclaration auprès de la Préfecture du département du ressort du siège social et l'acquisition de la personnalité morale est concomitante à sa publication. Le fonds de dotation est amené à rencontrer un succès très important, dans la mesure où les conditions de sa constitution sont beaucoup plus souples que la fondation d'entreprise. Néanmoins, il sera nécessaire de mettre en place une gestion très rigoureuse des fonds de dotation, afin d'éviter des dérives, et des requalifications emportant remise en cause des avantages fiscaux.



Alain COHEN - BOULAKIA - Avocat à la Cour
JURIPOLE AVOCATS - 7 Av. d'Assas - 34000 Montpellier
Tél : 04.67.63.64.65 - Fax : 04.67.63.64.75
contact@juripole-avocats.fr

Les intervenants

un mécénat de proximité pour un partenaire régional engagé



Le CIC Société Bordelaise est un partenaire régional engagé dans la vie sociale et culturelle grâce à une politique de soutien construite dans la durée.

Une responsabilité sociale de l'entreprise

Sa première action débute en juillet 1997 avec l'ADIE, Association pour le Droit à l'Initiative Economique qui voyait une de ses sources de financement étatique disparaître. La banque a créé et alimenté le Fonds de Soutien à l'Initiative Economique afin de pallier le problème de constitution de fonds propres que rencontrent les créateurs financés et accompagnés par cette association. Ce mécénat s'est amplifié au cours des années.

Economie et culture : des leviers pour le développement

Ensuite, la banque s'est tournée vers le monde culturel. Elle a noué des mécénats partenaires avec des institutions culturelles tant en Languedoc-Roussillon, qu'en Aquitaine et Midi-Pyrénées : Festival de Musique à Maguelone, musée départemental d'Art Moderne de Céret, musée de Lodève, CCAPC musée d'art contemporain et Grand Théâtre de Bordeaux, Capitole à Toulouse, salons du livre, divers festivals de musique, édition de livres, financement d'originaux pour des fonds patrimoniaux de nos bibliothèques... En effet, le CIC Société Bordelaise considère qu'économie et culture sont intimement liées et participent conjointement au développement des villes et des régions.

Maguelone : deux rencontres

Pour Maguelone, il y eut deux rencontres: la première, avec Les Compagnons de Maguelone et leur directeur, Monsieur Sales, lors de la recherche d'un lieu remarquable pour organiser les 120 ans de la banque. La seconde avec le Festival de Musique à Maguelone et son directeur Philippe Leclant. C'est ainsi que la banque a soutenu l'action de restauration générale de l'ancienne cathédrale Saint Pierre de Maguelone et accompagne depuis 3 années, le Festival de Maguelone.

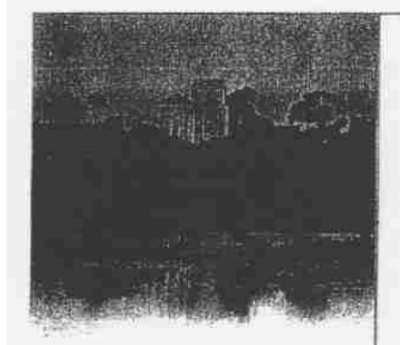
Ces actions qui se traduisent par des rencontres pour le personnel de l'entreprise favorisent le dialogue entre le monde bancaire et son environnement culturel ou social. Elles permettent de découvrir et ensuite d'appréhender un autre monde qui souvent exprime sur un autre registre les valeurs du CIC Société Bordelaise: l'engagement, la créativité, l'exigence de qualité et la réactivité.

CIC Société Bordelaise

Sabine MENAUT COULON
Directrice Communication
CIC Société Bordelaise
Tél : 05.57.85.55.10 - Fax : 05.57.85.55.08
La banque en ligne : www.cic.fr

LES INTERVENANTS

conseil en mécénat et parrainage



C'est tout naturellement que l'équation personnelle de Karen Nielsen l'a orientée vers le développement de partenariats entre le secteur culturel et le monde économique. Diplômée de Sciences Po Paris, celle-ci s'oriente en effet tout d'abord vers le secteur privé et accomplit une grande partie de sa carrière dans le milieu bancaire, aux côtés de patrons de grandes et moyennes entreprises.

Un retour à ses premières amours, la philosophie, lui permet d'aborder la question de la philanthropie, et notamment celle des motivations des entreprises à pratiquer le mécénat. Elle entreprend alors un travail de recherche dans plusieurs pays (dont le Brésil et les Etats-Unis) dont l'apport théorique est couronné par le Ministère de la culture en 2006. En 2007, elle publie Mécénat : Mode d'emploi, chez Economica : un guide à la fois théorique et pratique destiné à tous ceux qui souhaitent mieux comprendre le mécénat.

Parallèlement, Karen Nielsen mène à bien différentes missions de conseil et de recherche de partenariats qui l'amènent à fonder KaïroN, société de conseil en mécénat et partenariats.

KaïroN met à votre service une connaissance pointue et reconnue du fonctionnement du mécénat et du parrainage ainsi qu'une méthode pragmatique et originale qui privilégie l'écoute et le travail de terrain pour vous accompagner dans votre démarche de partenariat au plus près de vos besoins.

Associations, établissements publics, collectivités territoriales : un accompagnement à la recherche de partenaires financiers





Karen Nielsen - KaïroN SARL
19, rue de la liberté - 13 980 Alleins
Tél : 06.15.78.61.08 - Fax : 04.90.59.32.65
E-mail : nielsenk@free.fr

Les intervenants &

Regards d'artistes

Franz CLOCHARD, Compagnie Mécanique Vivante

Depuis sa création, la compagnie Mécanique Vivante installe dans les villes et les campagnes, ses machines à rêver pour bons vivants gastronomes de plein air et ses dispositifs scéniques musicaux, depuis l'échelle intime de l'individu jusqu'à celle d'une vallée entière. Pour révéler le potentiel poétique du monde urbanisé, elle cherche à identifier les supports de l'imaginaire et du plaisir sur le site choisi pour fabriquer un moment neuf, un objet jamais vu, de nouveaux usages...

Inventeur, constructeur, interprète et fondateur de Mécanique Vivante, Franz Clochard a appris à dompter toute une «ménagerie» d'objets plus ou moins nuisibles et envahissants, transformés pour nous en mélodies, jouets d'enfants, voltiges et images oniriques vivantes, au service d'un espace, de son architecture et de ses habitants. Chaque nouvelle invention mûrit pendant de nombreuses années, affinant une à une ses formes et ses fonctions à mesure qu'elle rencontre son public. Objet unique, oeuvre complète, paroles et musiques originales, dispositifs inédits...

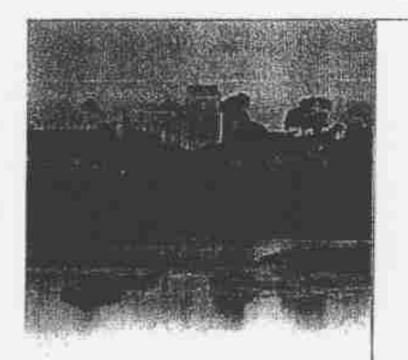
L'activité de la compagnie est constamment centrée sur la création, avec ce que cela suppose d'expérimentations, de «chantiers de création», de prototypes et d'épreuves d'artistes. Depuis, les ponts s'ouvrent et se ferment en musique, les grues de construction s'envolent, les bétonnières sont orchestrales, les sirènes d'usine symphoniques, les tronçonneuses ascensionnelles, les parades d'exploration urbaines et les bars, aériens.

Mécanique vivante
Champclauson
30110 La Grand Combe
04.66.55.82.03
info@mecanique-vivante.com

LES INTERVENANTS

Regards d'artistes

Yvon TRANCHANT, Scène Nationale de Sète

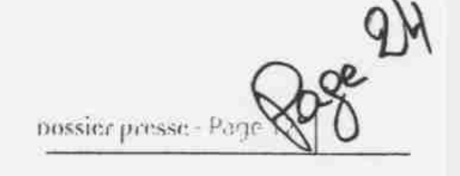


La Scène Nationale de Sète et du Bassin de Thau développe depuis 2004 un Club d'Entreprises Mécènes issues des milieux les plus diversifiés : secteur bancaire et industriel ou encore presse écrite et audiovisuelle. Les apports financiers des entreprises mécènes, facilités par les dispositions fiscales, contribuent à encourager la production et la diffusion artistique.

Grâce à cette confiance partagée, le Club permet d'associer la notoriété des entreprises membres à un projet culturel et artistique ambitieux, inscrit dans l'Agglomération du Bassin de Thau dont le rayonnement territorial ne cesse de croitre.

Le Club d'Entreprises a pour Président d'Honneur, Monsieur le Maire de Sète. Il est présidé par Monsieur Michel Mateu, PDG de la Société Hexis et Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Sète – Frontignan – Mèze.

Contact partenariat - mécénat :
Lionel Schwartz, Directeur Administratif
Tél : 04.67.18.68.60
lionelschwartz@theatredesete.com



LES INTERVENANTS

Regards d'artistes

Thomas RAYMOND, « Battle of the Year »

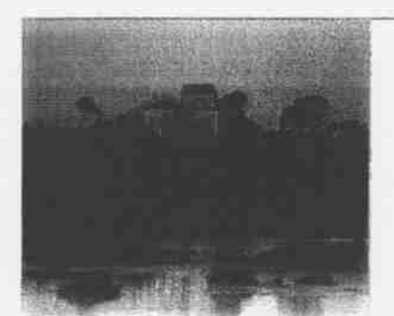
Fort de 14 ans d'expérience, « Battle of the Year » représente les idées fondamentales de la culture hip hop . Le « Battle » fait la promotion de la culture breakdance et de la musique comme une véritable alternative à la violence, elle favorise également la mixité sociale et les échanges internationaux de jeunes .

Année après année, le but a toujours été de motiver les meilleurs crews et les b-boys les plus innovateurs pour participer au Battle of the Year , et d' inviter le plus de nations possibles pour ainsi intégrer de nouveaux esprits dans la scène . Le « Battle » n'est pas uniquement un forum pour les danseurs de breakdance mais pour toute la culture hip hop, il est aussi le centre d'expression de la paix, de la créativité et de l'échange d'idées au niveau international. Depuis deux ans le Battle Of The Year a comme slogan « A change of direction ». Le but, à long terme, est de faire apparaître le breakdance comme un des piliers de la culture Hip Hop . Pour les danseurs, participer au « Battle Of The Year », est une opportunité unique d'entrer dns l'histoire de la danse Hip Hop . Même si, à l'origine, le « Battle » a été un événement underground , et qu'aujourd'hui il est devenu un grand événement médiatique , l'équipe organisatrice a toujours essaye de transmettre les valeurs de la culture underground et la tradition du « Battle », ainsi ils communiquent ces valeurs à la nouvelle génération. Les artistes qui participent au Battle of the Year ne reçoivent pas d'argent , mais les frais nécessaires sont payés. Pour les danseurs, ce n'est pas la dotation qui compte mais le privilège de participer à un tel évènement . Battle of the Year continue à être un événement sans but lucratif . Celui-ci ne peut être mené au mieux qu'avec l'assistance de nombreux bénévoles, partenaires et sponsors. Cet engagement rend possible la participation de plus de 15 crews, 200 danseurs de tous les continents, chaque année. Dans plusieurs cas, des groupes de danse issus de pays comme l'Afrique du Sud et le Brésil, ont pu accomplir leur rêve : L'expérience de danser sur la scène de Battle of the Year.

Contact Association ATTITUDE
15, rue Ste Ursule - 34000 Montpellier France
Tel : + 33 4 67 60 43 89 - Fax : + 33 4 67 60 41 13
Mail : info@attitudeasso.com

Les Intervenants

Les Amis du Festival de Maguelone



armi les différentes manifestations culturelles qui animent le site de Maguelone la plus importante concerne un festival de musique ancienne ou sacrée qui a lieu, depuis plus de 18 ans, chaque année au mois de juin.

Ces concerts ont pour cadre la cathédrale et sont organisés par Les amis du Festival de Maguelone.

Les disques du festival











A paraître

- Chants corses et répertoires italiens de XIV et XVème siècle, Patrizia Bovi, Gigi Casabianca, Opus 111 - Naïve
- Le siècle du Titien
  La musique à Venise (1490-1576), Douce Mémoire, direction Denis Raisin-Dadre Astrée - Naïve

Enregistrements réalisés avec le soutien de la Région Languedoc-Roussillon et de la ville de Palavas-les-Flots.
En vente chez votre disquaire et à la Cathédrale de Maguelone



FESTIVAL DE MUSIQUE A MAGUELONE

Les Amis du Festival de Maguelone
103, allée des Colombes
34980 St Gely du Fesc
philippe.leclant@oran..@.fr

RESTITUTION DE LA GRILLE ROYALE
Intervention de plusieurs corps d'état spécialisés

Ferronnerie

Des hommes de l'art réaliseront les ouvrages de la grille en fer forgé et les 500 pièces d'ornements rapportés seront exécutées soit en tôle de fer repoussée, soit en fonte ductile sphéroïdale ou en fonte de bronze.

L'ossature de la grille sera fabriquée à partir d'éléments du commerce qui seront rabattus à la forge afin d'obtenir un traitement de finition identique aux grilles anciennes dont les fers ont des sections légèrement différentes et un aspect régulier, caractéristique d'un travail manuel.

Les différentes étapes de la mise en œuvre des éléments décoratifs, et des ouvrages de ferronnerie :

- Etude et réalisation de maquettes et de modèles réduits pour la création de l'ensemble des ornements décoratifs de la grille ;
- Réalisation de modèle en vraie grandeur après validation des maquettes et des modèles réduits ;
- Fabrication, à partir des modèles, des matrices pour les ornements en tôle de fer repoussée ;
- Fabrication à partir des modèles, des moules pour les ornements en fonte.

En savoir plus :
15 tonnes de fer pur seront nécessaires pour réaliser les ouvrages de ferronnerie et les ornements en tôle repoussée.
Les ouvrages en fer forgé, une fois exécutés, recevront un traitement de protection anticorrosion afin d'assurer leur pérennité dans le temps et feront l'objet d'une surveillance particulière assurée par un bureau de contrôle spécialisé.
L'ensemble des ouvrages de ferronnerie, ainsi que tous les éléments décoratifs rapportés seront entièrement dorés à la feuille d'or par application sur une mixtion à l'huile.



DOCUMENT 6

"L'Hôtel du libre-échange" de Georges Feydeau,
mise en scène d'Alain Françon – Théâtre national de la Colline

En choisissant de soutenir un projet culturel, vous devenez un partenaire précieux et essentiel de la vie des arts et du patrimoine de notre pays. Il s'agit d'un acte de générosité et d'engagement, de passion, mais également de raison car vous bénéficiez, depuis la loi du 1er août 2003, d'avantages fiscaux particulièrement incitatifs pour réduire vos impôts.

Vous voulez soutenir un projet culturel et profiter des avantages fiscaux liés au mécénat, n'hésitez pas à en parler à votre notaire, et à consulter les sites internet :

http://www.notaires.fr

http://www.culture.gouv.fr (dossiers thématiques : mécénat)

Vous pouvez également vous adresser directement à la Mission du mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication / Délégation au développement et aux affaires internationales :

mission-mecenat@culture.gouv.fr

Tél : 01 40 15 83 92 et 79 15

LES MOTS CLÉS

- Intérêt général : Il repose sur trois critères fondamentaux : avoir une gestion désintéressée, exercer une activité non lucrative c'est-à-dire non concurrentielle, et ne pas profiter à un cercle restreint de personnes.
- Don : C'est une libéralité accordée de son vivant. Le don peut être « en numéraire » (remise d'espèces, de chèque ou virement) ou « en nature » (bien mobilier).
- Legs : C'est une transmission de bien qui intervient après le décès et que l'on fait par disposition testamentaire.
- Usufruit : L'usufruitier dispose d'un droit de jouissance du bien. Il peut l'utiliser et en percevoir les revenus éventuels.

crédits photos :
couverture : Olivier Rolland / Château de Versailles
Ino et Mélicerte, groupe sculpté par Granier, restauré grâce au mécénat d'un particulier, Parc du château de Versailles
couverture dos : Pascal Victor



Réalisation Publi.not - 60, boulevard de la Tour Maubourg, 75008 Paris - Tél. : 01 44 90 30 06 E-mail : publinot@notaires.fr



Le mécénat culturel

Réduire votre impôt sur le revenu

Tout donateur peut bénéficier d'une réduction d'impôt égale à 66% du montant de son don retenu dans la limite de 20% de son revenu imposable, qu'il s'agisse d'une somme d'argent ou d'un don en nature (don d'une œuvre d'art à un musée de France, par exemple). Toutefois, si le don excède 20% du revenu imposable du donateur, l'excédent peut être reporté sur les cinq années suivantes.

Les bénéficiaires des dons :

- L'Etat et les collectivités locales ;
- les fondations et les associations reconnues d'utilité publique ;
- les organismes d'intérêt général, notamment les associations régies par la loi de 1901 qui répondent aux critères de l'intérêt général ;
- certains établissements d'enseignement supérieur ou artistique publics ou privés agréés.

Attention…

N'ouvrent pas droit à réduction d'impôt les dons à des personnes physiques (artistes, par exemple) ou à des organismes non éligibles au mécénat du fait notamment de leur gestion non désintéressée ou de leur activité lucrative c'est-à-dire concurrentielle.

Les dons des particuliers ne s'accompagnent d'aucune contrepartie tangible de la part de l'organisme bénéficiaire. Cependant, la loi tolère la remise de menus biens (ouvrages, insignes, affiches, etc.) dont la valeur ne doit pas excéder par année civile le montant de 60 € par donateur. En tout état de cause, un rapport maximum de 1 à 4 ne doit pas être dépassé entre la valeur de la contrepartie et le montant du don effectué.

Transmission temporaire d'usufruit

Pour payer moins d'impôt, un particulier peut effectuer une transmission temporaire d'usufruit de certains de ses biens (portefeuille de valeurs mobilières, immeuble…) au profit de fondations ou d'associations reconnues d'utilité publique, ou d'établissements d'enseignement supérieur ou artistique à but non lucratif agréés. Cette transmission peut prendre la forme d'une contribution financière ou d'une contribution matérielle (mise à disposition de locaux, par exemple). Elle doit être faite pour une durée minimale de trois ans.

Réduire vos droits de succession

Lorsque les abattements légaux ne suffisent pas à exonérer les héritiers du paiement des droits de succession, ceux-ci peuvent bénéficier d'un abattement supplémentaire par la remise d'une partie de la succession sous forme de dons en numéraire ou en nature à une fondation reconnue d'utilité publique ou sous forme de dons en numéraire à une association reconnue d'utilité publique, à l'Etat ainsi qu'aux régions, départements, communes, à leurs établissements publics, ainsi qu'aux établissements publics hospitaliers et centres d'action sociale.

Acquitter certains impôts en oeuvres d'art

La dation est un acte exceptionnel qui permet d'acquitter des droits de succession, de mutation, ou encore l'ISF, par la remise à l'Etat d'œuvres d'art, livres, objets de collection, documents de haute valeur artistique ou historique. C'est un système équitable qui permet au contribuable d'éteindre sa dette et à l'Etat d'enrichir les collections publiques.

Bon à savoir…

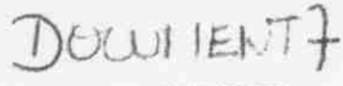
Depuis le 1er janvier [illegible] [illegible] des particuliers [illegible] privés dont la gestion [illegible] pour activité principale [illegible] d'œuvres du spectacle vivant [illegible] musicales, chorégraphiques [illegible] de cirque) ou l'organisation d'exposition [illegible] contemporain [illegible] affectés à cette activité.

Les salariés d'une entreprise [illegible] dation d'entreprise bénéficient de la réduction d'impôts des particuliers (66%) pour les dons qu'ils font à cette fondation. [illegible]

Les propriétaires de monuments historiques [illegible]

Dès 2008, les redevables de l'ISF pourront déduire de cet impôt, dans la limite de [illegible] [illegible]

[illegible] de mutation.



financement

sommaire

MECENAT et PARRAINAGE

Définitions

Ce qui distingue les termes de mécénat et de parrainage, c'est la notion de contrepartie.

Le mécénat consiste en une véritable libéralité sans contrepartie directe ou indirecte. C'est un soutien matériel apporté à une oeuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. L'acte de mécénat implique qu'il n'y ait aucune obligation à la charge du bénéficiaire en contrepartie du don qu'il reçoit.
Le parrainage en revanche, est assimilable à une opération publicitaire pour l'entreprise. Il s'agit d'un échange de nature commerciale puisqu'il associe une entreprise à une initiative dont elle veut utiliser directement pour son compte le bénéfice d'image.

Sur les plans juridique et fiscal, ces modes de financement privé doivent être étudiés séparément.

LE MECENAT

Dispositions juridiques

La loi « sur le développement du mécénat » du 23 juillet 87 en constitue le cadre général. Le mécénat relève du régime spécifique des libéralités fiscalement déductibles dans le cadre des dispositions de l'article 238 bis du CGI.
Le bénéficiaire d'une action de mécénat doit être un organisme d'intérêt général. Le caractère d'intérêt général de la structure bénéficiaire est établi si l'activité n'est pas lucrative, si la gestion de la structure est désintéressée et si aucun avantage n'est procuré à ses membres.

En outre, la réalisation à titre accessoire d'actes payants ne remet pas en cause le caractère d'intérêt général d'un organisme dès lors que les 5 conditions suivantes sont réunies:
la réalisation d'actes payants contribue par sa nature et non simplement financièrement à la réalisation de l'objet de l'association,
la gestion de l'association ne procure aucun avantage matériel direct ou indirect aux fondateurs, dirigeants et membres de l'association,
la réalisation d'excédents de recettes n'est pas systématiquement recherchée,
le cas échéant, les excédents sont réinvestis dans l'oeuvre elle-même,
l'oeuvre a une utilité sociale en assurant la couverture de besoins qui ne sont pas normalement ou pas suffisamment pris en compte par le marché.

Il convient de distinguer les associations ou fondations reconnues d'utilité publique pouvant recevoir des libéralités des associations déclarées et non reconnues ne pouvant bénéficier que de simples dons manuels.

Les dons manuels correspondent à toutes les transmissions, à titre gratuit, de biens (en nature ou en argent) qui ne sont pas nécessairement enregistrées ou réalisées par acte authentique devant notaire. Il est préférable, s'agissant de ces dons, de ne pas rédiger d'acte écrit qui risquerait d'entraîner une requalification en libéralité interdite.

L'entreprise mécène peut également envisager la transmission d'un bien par la voie d'un apport à l'organisme sans but lucratif.
L'acte d'apport se distingue de l'apport en société car l'apporteur ne se dépouille pas irrévocablement du bien concerné et conserve le droit de le reprendre si l'association est dissoute. Enfin, ce n'est pas un prêt puisque l'acte d'apport opère réellement un transfert, même provisoire, du droit de propriété au bénéficiaire.

Dispositifs fiscaux

Les particuliers ou les entreprises peuvent déduire de leur impôt ou de leur bénéfice imposable, sous certaines limites, les dons faits au profit d'un organisme sans but lucratif et α intérêt général.

Dons des entreprises

La condition première de la déductibilité de ces dons est leur caractère gratuit sans contrepartie.

Pour les dons en nature des entreprises, le montant susceptible d'être déduit est égal:
_ soit au montant de la moins-value à court terme dégagée lors de la sortie de l'actif d'un bien inscrit dans un compte d'immobilisation,
_ soit à la valeur en stock pour les biens qui figurent dans un compte de stock,
_ soit au prix de revient de la prestation offerte pour les prestations de service.

Les sommes versées par les entreprises quant à elles ne sont déductibles qu'à une double condition:
_ elles ne peuvent dépasser le plafond de 2 ou 3 pour 1000 du chiffre d'affaires H.T,
_ les entreprises doivent dégager un résultat fiscal bénéficiaire sur l'exercice au cours duquel elles effectuent leur versement.

Les dons en argent, consentis par les entreprises, sont déductibles du bénéfice imposable, dans la limite de 2 pour 1000 du chiffre d'affaires HT pour les associations déclarées.

Ils sont déductibles à hauteur de 3 pour 1000 du chiffre d'affaires HT dans le cas de versement:
à des fondations et associations d'utilité publique,
à des établissements d'enseignement artistique publics ou privés à but non lucratif, agréés par le ministre chargé du budget et le ministre de la culture,
à des établissements d'enseignement supérieur publics ou privés à but non lucratif, agréés par le ministre chargé du budget et le ministre de l'éducation nationale.

La donation n'entre pas dans le champ d'application de la TVA dans la mesure où elle ne correspond pas à une activité d'échange commercial.

Des possibilités de report existent depuis la loi du 23 juillet 87: lorsqu'au cours d'un exercice bénéficiaire, les versements n'ont pas pu être déduits dans leur intégralité du fait des limites de 2 ou 3 ·/oo, l'entreprise mécène peut déduire l'excédent sur les 5 exercices suivants après déduction des versements propres à chaque exercice. En tout état de cause, chaque plafond de déductibilité annuellement admis ne peut être dépassé.
L'organisme bénéficiaire doit exercer son activité, au moins pour partie, en France pour que le versement soit déductible.

Dons des particuliers

Les dons effectués par des particuliers au profit d'oeuvres ou d'organismes d'intérêt général à caractère culturel peuvent être déduits de leur impôt dû à hauteur de 40% du don et dans la limite de 1,25% du revenu imposable (5% si les dons sont versés à des associations ou fondations reconnues d'utilité publique).

LE PARRAINAGE

Dispositifs juridiques

Lorsqu'une entreprise effectue un versement, remet un bien en nature ou fournit une prestation, moyennant une contrepartie, il ne s'agit plus de don mais d'un acte de parrainage, c'est à dire d'un échange de nature commerciale. Quelque soit le type d'action envisagée, le cas le plus fréquent de parrainage est celui du financement, en tout ou partie, d'une opération « médiatisée ».

Il faut savoir qu'un contrat de parrainage ne peut pas imposer une obligation de résultat quantifiable au bénéficiaire. En conséquence, l'objet du contrat doit porter sur le principe et l'organisation du spectacle et non sur le résultat final (l'impact publicitaire en termes chiffrés) recherché ou souhaité par l'entreprise mécène.

En outre, cette dernière peut, en complément ou à la place d'un versement en numéraire, mettre à disposition du bénéficiaire des locaux, du matériel ou du personnel. Le contrat de parrainage doit alors spécifier explicitement la nature et les conditions de mise à disposition, afin de valoriser celle-ci et de prévenir tout problème de responsabilité et d'assurance.

Dispositifs fiscaux

Le parrainage correspond à une prestation économique qui, accomplie dans l'intérêt direct de l'entreprise, est en principe passible des mêmes impôts et taxes que toute activité de type publicitaire. Le versement, direct ou indirect, en nature ou en numéraire, implique des conséquences fiscales plus importantes que l'action de mécénat dans la mesure où il s'agit bien d'un échange commercial et qu'il y a une contrepartie économique au versement.

La deductibilité pour l'entreprise au regard de l'impôt sur les sociétés

Lorsqu'une entreprise engage des dépenses, de quelque nature que ce soit, celles-ci ne peuvent être déductibles que si elles répondent aux conditions suivantes (CGI, art.39-1) :

_ traduire une diminution de l'actif net de l'entreprise,
_ correspondre à une charge effective pour l'entreprise,
_ être imputées parmi les charges de l'exercice au cours duquel elles ont été engagées,
_ être appuyées de justifications suffisantes,
_ se rattacher à la gestion normale de l'entreprise et être engagées dans son intérêt direct.

En conséquence et sous réserve du respect de ces conditions, si l'entreprise mécène fournit une aide directement financière à l'organisme, c'est ce montant qui est déductible. S'il achète ou produit un bien ou un service pour le mettre à la disposition de celui-ci, c'est le montant de l'achat ou du prix de revient qui est alors déductible. Si ce bien est amortissable, ce sont les annuités d'amortissement qui peuvent être admises en déduction.

Les dépenses de parrainage peuvent être assimilées à des dépenses de nature publicitaire et, par là, peuvent être déduites intégralement au titre des charges de l'entreprise (art. 391-7 du CGI). Cependant, ces dépenses, pour être déductibles, doivent demeurer dans un rapport normal avec le chiffre d'affaires de l'entreprise et l'avantage qu'elle en tire.

Par ailleurs, lorsqu'une entreprise accepte de parrainer une association, elle a parfois tendance à vouloir financer directement les fournisseurs de l'opération plutôt que de verser l'équivalent en numéraire à l'organisateur. Cette procédure présente l'avantage pour l'entreprise d'imputer au titre de frais généraux divers (impression, frais de personnel, frais administratifs, etc) des dépenses appartenant en réalité à des dépenses publicitaires.

Le régime de la TVA applicable aux dépenses de parrainage

Les opérations de parrainage correspondent à des opérations de nature commerciale et par là font l'objet d'une facturation assujettie à la TVA au taux de 19,6%. En revanche, sont exonérés de TVA les versements effectués à l'occasion de l'une des 6 manifestations annuelles de bienfaisance ou de soutien organisées par des organismes sans but lucratif, à leur profit exclusif.

FORMES DE MECENAT ET DE PARRAINAGE DANS LE SPECTACLE VIVANT

Une entreprise industrielle ou commerciale dont la vocation n'est pas d'organiser des spectacles peut envisager, entre autres, 4 possibilités pour financer le spectacle vivant, à titre privé :
acheter un spectacle « clé en main » au titre de son budget publicitaire dans le cadre d'une opération de parrainage,
financer un spectacle, organisé par une association sans but lucratif, au titre du mécénat (en nature ou en numéraire),
acquérir des places de spectacles, destinées à ses clients, son personnel ou des tiers, dans le cadre de son budget publicitaire et de relations publiques, ou de sa politique interne vis à vis de son personnel; ou encore, financer partiellement l'organisateur du spectacle afin que celui-ci accorde des réductions particulières à ces mêmes personnes,
coproduire un spectacle avec un entrepreneur de spectacles dans un but promotionnel.

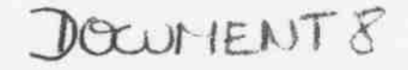
Vous trouverez des informations développées sur le site de l'**ADMICAL** :
www.admical.org

L'association **Mécénart Bretagne** a publié un ***Guide pratique du mécénat d'entreprise***.
Pour l'obtenir :
marc.potel@cebret.caisse-epargne.fr tél : 02 99 25 57 89

Martin Editeur publie un guide, une revue et un site internet consacrés aux fondations
www.fondations.org - tel : 06 68 22 77 47

sommaire





FONDATION DU PATRIMOINE



TOTAL

Mécénat : Total apporte son soutien à la restauration du chef-d'œuvre le plus audacieux de Vauban, le Fort de la Conchée, au large de St Malo (Ile-et-Vilaine)

Dans le cadre de son partenariat triennal avec la Fondation du Patrimoine (2006-2008), Total apporte son soutien à la restauration de sites majeurs de l'œuvre de Vauban.

Après la signature d'une convention pour la restauration de la Tour Vauban, à Camaret-sur-Mer, un nouvel accord sera signé le samedi 23 février 2008 avec la « Compagnie du Fort de la Conchée » en faveur de la restauration des salles de tir du Fort.

Les travaux financés par la Fondation du Patrimoine, grâce au mécénat de Total, portent sur la restauration de ces salles qui ont souffert de l'humidité, inhérente au lieu, ainsi que sur la restitution, à leur place d'origine, des deux canons toujours présents. La contribution de Total à ce projet représente la totalité du coût de l'opération qui sera réalisée au cours de l'année 2008, soit un montant de 120 000 €.

Chargé par Louis XIV de renforcer les défenses des ports de la Bretagne, Vauban décide de construire en 1690 un nouveau fort pour renforcer la ceinture militaire malouine et fermer l'entrée de la Fosse aux Normands aux navires anglais et hollandais. Le Fort de la Conchée est une construction audacieuse plantée sur une unique tête de roche, située à près de deux miles au nord des côtes de Saint-Malo. Cette puissante forteresse, large de 65 mètres et haute de 15 mètres, pouvait contenir près de 200 hommes et 10 canons de 48 livres chacun, les plus lourds et puissants de l'époque.

Voulues par Vauban comme *« les plus belles du Royaume, voire de la Chrétienté »*, les salles de tir du Fort, dont le dallage suit harmonieusement le tracé des voûtes et dont les murs dépassent les 4 mètres d'épaisseur, font toute la valeur de ce site d'exception.

Les projets soutenus par Total dans le cadre de son partenariat avec la Fondation du Patrimoine sont prioritairement situés dans les principales régions d'implantation du Groupe et concernent le patrimoine industriel et artisanal ainsi que des édifices anciens présentant un intérêt culturel ou touristique. Depuis janvier 2006, quelque 25 projets ont déjà bénéficié du mécénat de Total, en Ile-de-France, Midi-Pyrénées, Pays de la Loire, Rhône-Alpes, Paca, Lorraine, Nord-Pas-de-Calais et Aquitaine, pour un montant global de plus de 4,7 millions d'euros.

Il est à rappeler que Total inscrit sa politique de mécénat dans trois domaines : Patrimoine, Solidarité et Environnement.

Total est l'un des tout premiers groupes pétroliers et gaziers internationaux, exerçant ses activités dans plus de 130 pays. Ses 95 000 collaborateurs développent leurs savoir-faire dans tous les domaines de cette industrie : exploration et production de pétrole et de gaz naturel, raffinage et distribution, trading, gaz et énergies nouvelles. Ils contribuent ainsi à satisfaire la demande énergétique mondiale, présente et future. Le Groupe est également un acteur de premier plan de la chimie.

La Fondation du Patrimoine, créée par la loi du 2 juillet 1996 et reconnue d'utilité publique, est un organisme privé indépendant à but non lucratif. Apportant un appui financier à des maîtres d'ouvrage (collectivités territoriales notamment), elle vise à promouvoir la connaissance, la sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine national, et plus particulièrement du patrimoine national non protégé au titre des monuments historiques. En soutenant la création d'emplois directs et indirects ainsi que la formation et l'insertion professionnelle des jeunes, et en favorisant la transmission des savoir-faire traditionnels liés au bâti ancien, la Fondation du Patrimoine participe au développement durable local.

Contacts Presse :
Total : Christine de Champeaux 01 47 44 47 49 - christine.de-champeaux@total.com
Fondation du Patrimoine : Katherine El 0kbi 06 87 53 57 40 – katherine.el-okbi@wanadoo.fr



DOCUMENT 9

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 8 juillet 2008





Mécénat : Total aux côtés de la Fondation du Patrimoine pour un nouveau soutien en faveur de la restauration de l'œuvre de Vauban, la Citadelle de Saint-Jean-Pied-de-Port (Pyrénées-Atlantiques)

Dans le cadre de sa convention triennale de mécénat avec la Fondation du Patrimoine (2006-2008), Total annonce un soutien de plus de 50 000 euros à la remise en état de ce site Vauban (1633-1707) d'exception, situé en région Aquitaine.

La signature de cet accord aura lieu en Mairie de Saint-Jean-Pied-de-Port, le mardi 8 juillet 2008, à 11h00.

Ce projet s'inscrit dans un large programme de soutien à la restauration de l'œuvre magistrale de Vauban. Deux sites de l'illustre architecte, situés en Bretagne, ont déjà bénéficié de ce mécénat : la Tour Vauban de Camaret-sur-Mer (300 000 euros) et le Fort de la Conchée, au large de Saint-Malo (120 000 euros).



Située aux pieds des Pyrénées, au cœur du pays Basque, le long d'un axe majeur permettant de franchir les Pyrénées, la commune de Saint-Jean-Pied-de-Port joue un rôle prépondérant dans l'histoire du Royaume de Navarre et bénéficie dès le XIIème siècle du soutien de ses rois successifs.

Au cours du XVIème et XVIIème siècles, les guerres incessantes avec le Royaume d'Espagne entrainent la construction progressive d'une citadelle, en lieu et place de l'ancien château fort médiéval. En 1680, le système défensif de la frontière pyrénéenne est confié à Vauban. La ville de Bayonne en devient le pivot, appuyée par les citadelles de Navarrenx et de Saint-Jean-Pied-de-Port ; les forts d'Hendaye et de Socoa complètent le dispositif.

À cette époque, Vauban pare au plus pressé en réparant le mur d'enceinte de la ville et en reconstruisant les saillants et les angles des bastions ; il rase le vieux donjon intérieur et la motte, occupant trop de place, de manière à pouvoir agrandir les bâtiments destinés au stockage des munitions et améliorer les logements et casernes. Le but recherché par Vauban était d'augmenter la résistance de la citadelle pour en faire un lieu sûr en cas d'attaque, de manière à laisser au pays le temps de rallier ses forces pour lui porter secours.

Le projet de l'architecte s'achève en 1728 par la construction de la demi-lune de secours sur le versant sud.

A partir de la seconde moitié du XIXème siècle et l'arrivée des nouvelles techniques d'artillerie, ce système défensif devient obsolète. Elle sert tour à tour de caserne puis de prison et fut réquisitionnée par l'armée allemande, pendant la seconde guerre mondiale.

La commune de Saint-Jean-Pied-de-Port en devient propriétaire dans les années 1930.
Le 22 janvier 1963, la citadelle est classée Monument Historique.

****



LVMH, UNE VOCATION DE MÉCÈNE

Si LVMH s'affirme comme un acteur économique majeur, il constitue également une institution culturelle et sociale à part entière. Aussi, la réussite économique de LVMH a-t-elle permis de construire dès 1990 une action d'intérêt général légitime et utile :

Légitime, car le Groupe s'affirme année après année au travers de son développement comme un ensemble unique de valeurs liées au patrimoine, aux savoir-faire, à la créativité, à l'innovation, des valeurs d'art de vivre qui constituent le meilleur atout du succès de ses Maisons et de leurs produits, des valeurs qui appartiennent à tous ceux, dans le monde entier, qui les partagent et les revendiquent. Par le mécénat, LVMH entend les défendre et donner ainsi du luxe une définition généreuse, affective et authentique à laquelle son Président et l'ensemble des collaborateurs sont attachés.

Utile bien sûr car la démarche institutionnelle de LVMH entend marquer, par une action citoyenne en faveur du plus grand nombre, l'attachement à une solidarité active en faveur de la Culture, de la Jeunesse et de grandes causes humanitaires et de santé publique.

Le mécénat de LVMH est placé sous le signe de la passion créative et d'un profond attachement aux valeurs humaines.

"La passion créative", Ed. Plon
Entretiens de Bernard Arnault avec Yves Messarovitch.
› Extraits de "La passion créative" (PDF-925 ko)



Rideau de scène de l'Opéra de Shanghai
par Olivier Debré

Page 35

DOCUMENT 11

Direction régionale des Affaires Culturelles de Franche-Comté
7,rue Charles Nodier
25043 Besançon Cedex
Tél. 03 81 65 72 03 / Fax 03 81 65 72 72
www.franche-comte.culture.gouv.fr
Service communication
gianfranca.vegliante@culture.gouv.fr



Partenaire et mécène de la 6ème édition des « Rendez-vous aux jardins»

En 2007, Ricola était partenaire et mécène de la 5ème édition de « Rendez-vous aux Jardins » organisée par le ministère de la culture et de la communication. Cette année encore à travers cette manifestation, Ricola témoigne son attachement à ce qui constitue le coeur de la marque, c'est à dire la mise en valeur des plantes et de leurs vertus naturelles.

L'entreprise Ricola

Ricola est une **société familiale de tradition suisse** dont le siège est situé à **Laufon** dans le demi-canton de Bâle - Campagne. Il s'agit d'une **confiserie industrielle** produisant des bonbons aux plantes. Depuis 3 générations, la famille Richterich dirige l'entreprise Ricola, qui doit son nom aux 2 premières lettres de l'ancienne raison sociale: *Richterich & CO Lafon.* En **1930**, Emil Richterich fonde l'entreprise. Aujourd'hui son petit fils Felix Richterich, a repris la tête de l'entreprise et succède à son père Hans Peter Richterich.

La culture d'entreprise de Ricola : respect des plantes et de l'environnement.

Ricola est ***une entreprise au diapason de la nature*** qui prend soin de l'environnement. C'est une entreprise exigeante qui limite ses zones de culture aux espaces naturels dans les montagnes suisses et qui témoigne une réelle volonté de ne pas porter atteinte à l'environnement naturel.

En effet, Ricola travaille en adéquation avec la nature et apporte un soin particulier aux choix des matières premières intervenant dans la composition de ses produits. Il s'agit de plantes et d'herbes provenant de cultures controlées en accord avec des impératifs écologiques.

Près de **200 exploitations** agricoles indépendantes suisses pratiquent la culture des plantes pour le compte de Ricola, tout en respectant des critères d'exploitation très strictes. De la culture des champs à la récolte des plantes, en passant par les soins apportés, aucune étape n'est négligée. Les exploitations pratiquant la culture des plantes pour Ricola n'utilisent ni insecticides, ni pesticides et la moitié bénéficie d'un biocertificat. A terme, toutes les exploitations devraient être titulaires d'un certificat de qualité.

Les spécialités Ricola, à base de plantes naturellement.

Les bonbons et tisanes Ricola sont reconnus et appréciés pour leurs propriétés bienfaisantes et leurs vertus naturelles. Ricola s'inspire de la devise *« la nature vous fournit le meilleur des remèdes »* et fabrique ses produits à partir de 13 plantes : *sauge, véronique, millefeuille, guimauve, menthe, thym, mauve, plantain, pimpernelle, alchémille, sureau, primevère et marrube.* C'est à travers tous les saveurs naturelles de ces plantes que Ricola revendique les vertus bienfaisantes de la nature.
Même si les plantes qui entrent dans la composition des produits Ricola sont bien connues, le secret de fabrication des bonbons est quant à lui bien conservé.

« Rendez-vous aux jardins »

Ricola a aménagé des « Jardins aux plantes » sur 5 sites suisses. Ces jardins sont destinés aux amateurs de la nature et aux randonneurs. Chaque jardin dévoile l'univers fascinant des plantes médicinales Ricola et permet aux visiteurs de mieux les connaître et mieux les protéger. Ils peuvent également être visités de manière intéractive sur le site internet de Ricola.
A travers cette initiative, Ricola témoigne de son engagement envers les plantes et l'environnement.

Grâce à une philosophie d'entreprise basée sur le respect des plantes et de l'environnement, Ricola se révèle être un partenaire et mécène privilégié pour la manifestation « Rendez-vous aux Jardins ».

Contact : **Ricola AG, Baselstrasse 31, CH-4242 Laufen**
Tel: +41 61 765 41 54, Fax: +41 61 765 41 58
mailto:aschwarz@ricola.ch, http://www.ricola.com

Modifié le 25/04/08 ; EG

DOCUMENT 12



PROGRAMME*
ASSISES ADMICAL 2009

MARDI 24 MARS

8.30 **ACCUEIL**

9.00 **OUVERTURE** par **Olivier Tcherniak** *président d'ADMICAL*

9.15 ▸ 10.45 **LA CRISE, MOMENT DE VÉRITÉ DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE ?**

Jacques Attali *président de PlaNet Finance*
Martin Hirsch *haut commissaire aux Solidarités Actives et haut commissaire à la Jeunesse*
Erik Izraelewicz *directeur des rédactions de La Tribune*
Jean-Hervé Lorenzi *président du Cercle des économistes*
Olivier Tcherniak *secrétaire général de la fondation Orange*
Animateur : Jean-Michel Lobry *président de NEP TV*

PAUSE 10.45 ▸ 11.15

11.15 ▸ 12.45 **LE MÉCÉNAT, QUELLE PLACE DANS LA COMMUNICATION GLOBALE DE L'ENTREPRISE ?**

Béatrice Dautresme *vice-présidente, directrice générale communication et relations extérieures de L'Oréal*
Bernard Emsellem *directeur général délégué au développement durable et communication de la SNCF*
Mercedes Erra *directrice exécutive d'Euro RSCG*
Catherine Ferrant *directrice du mécénat, déléguée générale de la fondation Total*
Stéphane Rozès *directeur général de l'Institut CSA, enseignant à Sciences Po*
Animateur : Marianne Eshet *déléguée générale d'Admical*

12.45 ▸ 14.00 **COCKTAIL DEJEUNATOIRE**

*Sous réserve de modifications

DOCUMENT 13



, la revue des entreprises mécènes et leurs partenaires Pul

Site réservé | Partenaires 

Admical | Le Mécénat | Vous êtes | Le Répertoire | Vos Questions | Contact

Missions

- Promouvoir
- Représenter
- Informer
- Conseiller
- Former
- Historique

Historique

VINGT ANS : ET APRÈS ?

Par Jacques Rigaud

Voici donc vingt ans qu'ADMICAL existe. Nous n'avons pas l'intention de faire de cet anniversaire un acte commémoratif, mi-nostalgique, mi-triomphaliste. Avec les trois fondateurs, Axel Leblois, Patrick d'Humières et Pierre-Antoine Huré, nous nous étions fixé à l'origine un objectif clair : acclimater en France le concept de mécénat d'entreprise. On peut raisonnablement affirmer que cet objectif est atteint : le mécénat d'entreprise existe en France ; il a acquis droit de cité ; il a triomphé du scepticisme, de l'indifférence, voire de la méfiance des débuts ; il a resisté aux aléas de la conjoncture ; il a trouvé sa place dans les choix stratégiques de nombre d'entreprises, de taille et de profil très variés ; même si l'on peut souhaiter qu'il mobilise des sommes plus importantes, il atteint désormais un niveau comparable à celui de pays où il est enraciné depuis plus longtemps et où les fonds publics sont moins importants qu'en France en matière de culture et même de solidarité. Voilà pour le bilan.

Et après ? Les vingt années écoulées nous intéressent moins que les vingt années qui viennent, celles du début du nouveau siècle. Ne peut-on pas dire qu'ADMICAL, qui se voulait la "rampe de lancement" du mécénat d'entreprise, a atteint son objectif et n'a plus, désormais, de raison d'être ? Rien n'est plus stérile que de vouloir survivre à soi-même sans motif valable. On peut donc se poser sérieusement la question : "ADMICAL, mission accomplie ou bond en avant ?". Croyez bien qu'il ne s'agit pas pour nous d'un exercice rhétorique, d'une fausse sortie et moins encore d'une réaction de lassitude, mais d'une de ces exigences de lucidité, de doute méthodologique que l'action doit nécessairement s'imposer périodiquement, ne serait-ce que par hygiène mentale. Quelles sont les raisons qui peuvent justifier la poursuite de notre action ? Tel est le véritable enjeu de cet anniversaire.

ADMICAL est d'abord un club d'entreprises, qui n'existe que par leur adhésion et leur confiance, constamment affirmées depuis nos débuts. Or il se trouve que les entreprises qui se sont engagées dans le mécénat souhaitent avoir durablement ce lieu d'échanges, de réflexion en commun, ce carrefour qui leur permet d'être en contact avec les milieux bénéficiaires du mécénat, au-delà des partenariats concrets qu'elles nouent dans la gestion propre de leurs actions. Elles apprécient également qu'ADMICAL soit un centre de ressources en termes d'informations et de données à la disposition des porteurs de projets, de la presse, des chercheurs, des étudiants, et aussi un organisme jugé représentatif par les pouvoirs publics pour toutes les questions relatives au statut juridique et fiscal du mécénat. Notre association, qui vit essentiellement des cotisations des entreprises et de celles des organismes culturels et sociaux ayant le statut de membres associés, est donc tributaire de ses membres. Leur fidélité, leurs attentes constamment renouvelées depuis vingt ans, leur soutien maintes fois réaffirmé, et notamment pour l'organisation de ces Assises de nos vingt ans, sont autant de preuves de leur volonté de nous voir poursuivre notre mission en la renouvelant. Elles nous disent, parce qu'elles le vivent ainsi, que le mécénat est une création continue. Elles affirment avoir besoin de nous pour concerter et mettre en oeuvre ce renouvellement. Elles ne nous donnent pas congé.

Cette raison de poursuivre pourrait suffire ; mais il en est d'autres.

ADMICAL n'est pas seule au monde. Dans bien des pays d'Europe, mais

Actualités

Le mécénat résiste à la crise ! Enquête ADMICAL – CSA 2009

Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher

Go

Naviguer

Navigation

Page 38

aussi aux Etats-Unis, en Afrique du Sud, au Liban, en Corée et, sur notre modèle, au Japon existent des organismes, de statut divers mais qui ont une vocation comparable à la nôtre. En Europe, le CEREC dont nous assurons actuellement le pilotage à la suite de nos amis britanniques et belges regroupe ainsi seize organismes en un réseau actif. Nous sommes très souvent consultés, soit par nos homologues, soit par des personnalités qui envisagent de nous imiter. ADMICAL contribue ainsi au rayonnement international de la France et c'est un des aspects les plus significatifs de son utilité publique, par définition durable.

Si le mécénat d'entreprise a acquis droit de cité et si sa légitimité n'est pas contestée, il doit affronter sans cesse des problèmes nouveaux. A partir du moment où les entreprises choisissent de contribuer librement, par les voies qu'elles jugent appropriées, à la réalisation de missions d'intérêt général, elles se doivent d'être attentives à l'émergence de besoins nouveaux. Si ADMICAL a commencé son action par le domaine culturel, elle a été incitée par les entreprises elles-mêmes à s'investir dans les domaines ô combien variés de l'action humanitaire et, plus généralement, de la solidarité puis, plus récemment, de l'environnement. Chaque extension a engendré des problématiques nouvelles qu'il appartient à notre équipe de conceptualiser et de faire connaître. De même, les modes d'intervention des entreprises se sont diversifiés. Le mécénat d'entreprise ne se limite pas à une aide financière qui peut d'ailleurs prendre des formes variables. Il y a un mécénat en nature, un mécénat technologique, un mécénat de compétence. Il existe aussi un mécénat que nous appelons "collectif" quand des entreprises de toute taille se regroupent, dans une ville ou autour d'une institution culturelle ou encore sur un projet social, en vue d'agir en commun, ce qui est souvent la chance d'une "pédagogie du mécénat" pour les entreprises qui n'oseraient pas assumer seules une initiative de mécénat. Il est du rôle d'ADMICAL d'accompagner les entreprises dans ces voies nouvelles, de les aider à les explorer et d'en promouvoir l'exemplarité, que ce soit par nos Oscars, nos réunions ou par notre action en direction des médias.

Il y a plus. Les entreprises qui se sont engagées dans le mécénat sous toutes ses formes sont souvent à la limite de ce qu'elles peuvent faire et il leur arrive, la mort dans l'âme, de ne pouvoir aider des projets intéressants mais qui excèdent leurs moyens. C'est ce qui conduit d'ailleurs certains à croire que le mécénat d'entreprise s'essouffle. C'est le contraire qui est vrai. L'offre de mécénat d'entreprise est en croissance, mais moins que la demande - ce qui peut donner l'impression d'une plus grande difficulté à l'obtenir. Il faut donc qu'un nombre plus grand d'entreprises s'engagent dans le mécénat. Les contraintes qui pèsent sur les finances de l'Etat et des collectivités locales, les besoins qui naissent sans cesse dans une société en crise ou en mutation font que cette pression de la demande ne pourra que croître. J'ai toujours dit que "le mécénat d'entreprise n'était pas là pour faire les fins de mois d'un Etat nécessiteux" ; je le pense toujours mais je reconnais aussi que la société civile ne saurait tout attendre de l'Etat. Un Etat que ses pesanteurs, ses rigidités rendent peut-être moins inventif, moins innovant qu'il ne le fut à l'époque des "Trente glorieuses" et qui, pris en étau entre l'unification européenne et la décentralisation territoriale, a un champ d'initiative moins large et des charges de souveraineté plus coûteuses. Il faut donc encourager les entreprises et aussi le tissu associatif, si vivant et fertile dans notre pays, à être plus que jamais des vecteurs d'innovation. C'est là qu'une incitation fiscale plus dynamique, plus simple, pourrait conduire des entreprises non encore présentes dans le mécénat à y venir. La fiscalité n'a pas été le moteur du mécénat pour les entreprises du "premier cercle" qui s'y sont engagées pour des motifs de civisme, d'éthique ou de stratégie de communication. En revanche, pour des entreprises qui n'ont pas jusqu'ici fait le choix du mécénat, par indifférence, par timidité ou par ignorance de ses effets positifs sur l'entreprise, sur son image, sa créativité, son climat, il est évident que des avantages fiscaux plus substantiels pourraient avoir un effet de déclenchement. C'est la raison pour laquelle nous nous appliquons à convaincre les pouvoirs publics d'ouvrir le dossier de la fiscalité du mécénat d'entreprise.

Comme on le voit, il y a encore du pain sur la planche. Pour vingt ans au

Page 39

moins !

Un mot encore, qui a trait à la position singulière d'ADMICAL dans le paysage du mécénat en France. Notre vocation est, par essence, désintéressée. Nous ne collectons pas de fonds et nous ne gérons que notre modeste budget de fonctionnement. Nous n'avons aucune action propre de mécénat. Nos conseils aux entreprises ou aux porteurs de projets sont par définition gratuits. Nous ne nous interposons pas entre les entreprises et leurs partenaires, ne serait-ce qu'en raison de notre conviction que leur relation directe est, par sa fécondité, irremplaçable. C'est cette position singulière que notre statut, notre expérience et la confiance de ceux que nous rassemblons nous confèrent qu'il nous appartient de valoriser de notre mieux. C'est l'équipe permanente d'ADMICAL, motivée, inlassable, sous la conduite experte de Virginie Seghers qui, après Christophe Monin et Jean-Yves Kaced, fait vivre au quotidien cette vocation originale et en assure la crédibilité. Nous demandons beaucoup à ce vaillant petit groupe de jeunes. En échange, nous leur offrons la chance de contribuer à donner à notre vieux pays un visage plus aimable et une âme mieux accordée à ses attentes. N'est-ce pas une raison de plus, et non la moindre, pour continuer ?

DOCUMENT 14



BULLETIN OFFICIEL DES IMPÔTS

DIRECTION GÉNÉRALE DES IMPÔTS

5 B-9-04

N° 66 du 9 AVRIL 2004

IMPOT SUR LE REVENU. REDUCTION D'IMPOT AU TITRE DES DONS AUX ŒUVRES VERSES PAR LES PARTICULIERS. COMMENTAIRE DE L'ARTICLE 1 DE LA LOI RELATIVE AU MECENAT, AUX ASSOCIATIONS ET AUX FONDATIONS (N° 2003-709 DU 1ER AOUT 2003) ET DE L'ARTICLE 55 DE LA LOI DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2003 (N° 2003-1312 DU 30 DECEMBRE 2003)

(C.G.I., art. 200)

NOR : BUD F0420114J

Bureau C 1

P R E S E N T A T I O N

Aux termes de l'article 200 du code général des impôts en vigueur avant l'adoption de la loi n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, les dons que les particuliers effectuent au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère notamment philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel, ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 50 % du montant des sommes versées, retenues dans la limite d'un plafond égal à 10 % du revenu imposable.

Toutefois, pour les personnes qui effectuent des dons au profit d'un organisme sans but lucratif qui procède à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribue à favoriser leur logement ou qui procède, à titre principal, à la fourniture de soins à des personnes en difficulté, le taux de la réduction d'impôt est porté à 60 % dans la limite d'un plafond de versements fixé à 407 € pour l'imposition des revenus de 2002.

L'article 1er de la loi précitée améliore sensiblement ce dispositif :

- il étend, sous certaines conditions, le bénéfice de la réduction d'impôt aux fondations d'entreprise ;

- il porte de 10 % à 20 % le plafond des versements éligibles à la réduction d'impôt de droit commun et de 50 % à 60 % les taux de celle-ci ;

- enfin, il institue un mécanisme de report sur cinq ans des dons qui, en raison de leur importance, n'ont pas pu bénéficier de la réduction d'impôt l'année du versement pour la totalité de leur montant.

Par ailleurs, l'article 55 de la loi de finances rectificative pour 2003 n° 2003-1312 du 30 décembre 2003, rehausse de 60 % à 66 % le taux particulier de la réduction d'impôt applicable aux versements réalisés au profit d'organismes ayant pour objet l'aide aux personnes en difficulté. Le bénéfice de cette réduction d'impôt est accordé dans la limite d'un plafond spécifique de versements fixé à 414 € pour 2003.

Cette limite est relevée chaque année dans la même proportion que la limite supérieure de la première tranche du barème de l'impôt sur le revenu de l'année précédant celle des versements. Le montant obtenu est arrondi, s'il y a lieu, à l'euro supérieur. Pour les versements réalisés en 2004, le plafond applicable est par conséquent fixé à 422 €.

La présente instruction commente ces différentes dispositions.

•

3 507066P - C.P. n° 817 A.D. du 7-1-1975 B.O.I. I.S.S.N. 0982 801 X
DGI - Bureau L 3, 64-70, allée de Bercy - 75574 PARIS CEDEX 12
Directeur de publication : Bruno PARENT Responsable de rédaction : Sylviane MIROUX
Impression : ACTIS S.A. 146, rue de la Liberté - 59601 Maubeuge Abonnement : 149 € TTC Prix au N° : 3,50 € TTC



Page 41

DOCUMENT 15



La MAIF s'engage - Partenariats et Mécénat

La MAIF et le mécénat culturel



La MAIF s'engage résolument dans le mécénat culturel et solidaire.

Une longue histoire avec la culture

Depuis plusieurs années, la proximité de la MAIF avec la culture s'est illustrée de diverses manières (expositions multiples de sculpture et peinture au sein de son siége social, notamment à l'occasion de ses 70 ans en 2007, achat de tapisseries d'Aubusson pour le bicentenaire des droits de l'Homme, achats d'œuvres diverses...

S'appuyant sur ces expériences positives, la Mutuelle est devenue partenaire à part entière du monde artistique. Elle soutient la diversité des créations et l'action citoyenne.

Deux voies complémentaires

En raison de la proximité évidente entre le mécénat culturel et le mécénat solidaire, la MAIF s'est engagée sur deux voies :

Aider de jeunes plasticiens dans leurs projets artistiques
Soutenir des structures associatives qui oeuvrent pour l'accessibilité de l'art aux personnes handicapées.

Cette politique volontariste en matière d'action culturelle qui vise deux objectifs :

Faire connaître ou reconnaître le talent de jeunes artistes (valides ou souffrant d'un handicap).
Rassembler ses salariés autour de l'art et de la culture en leur offrant la possibilité de profiter (au siège ou dans les points d'accueil décentralisés) d'œuvres uniques et originales.

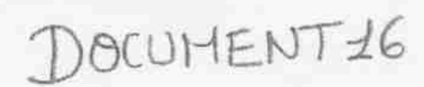
En toute transparence

Depuis la loi du 1er août 2003, les actions de mécénat culturel développées par les

H2

entreprises s'inscrivent dans un cadre fiscal particulièrement avantageux. Ces dispositions permettent à la MAIF de soutenir des opérations variées tout en limitant l'impact sur ses investissements dans le mécénat.

Page 43

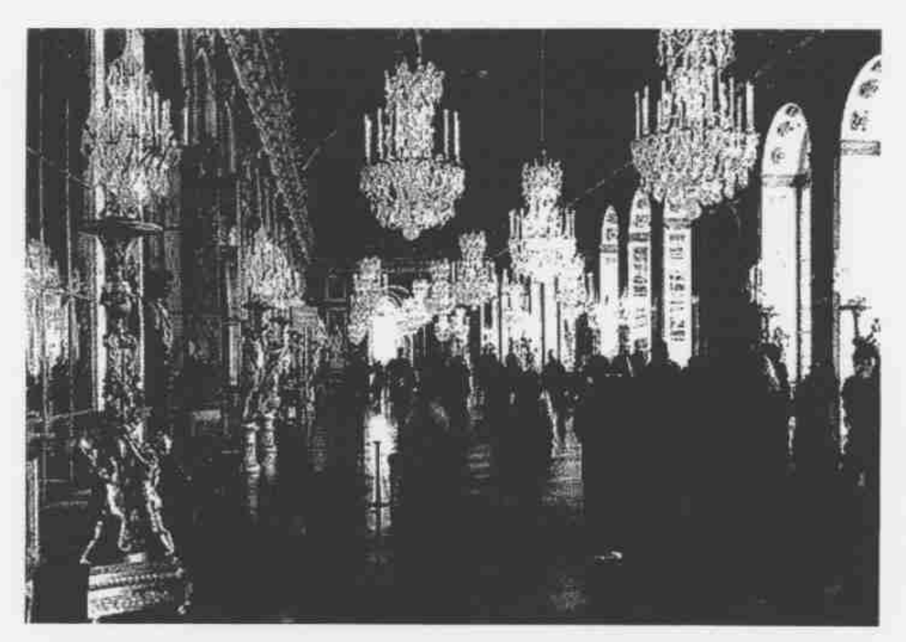




ENQUÊTE
LE FINANCEMENT DE LA CULTURE (1/3)

La culture ne connaît pas (encore) la crise

LE FIL ARTS ET SCÈNES - **5,5 millions de visiteurs à Versailles ; l'exposition "Picasso et les maîtres" ouverte 24h/24, la Folle journée de Nantes qui affiche complet... En cette période de crise, la culture fait office de valeur refuge. Et pourtant, les nuages s'amoncellent : le mécénat privé vient à se tarir, les collectivités locales vont se voir privées d'une partie de leurs subsides. Les premières victimes ? Les petits festivals et la création.**



Le Château de Versailles - Patrick Messina pour Télérama

SUR LE MEME THEME

Le mécénat culturel connaît lui aussi la crise | 24 mars 2009

Henri Loyrette, pdg du Louvre : "La crise n'affecte pas le mécénat de long terme" | 24 mars 2009

Moins de fric pour Africolor | 2 mars 2009

Les chiffres laissent rêveur. Ils ne - disent pas la crise. Au contraire. Ils racontent une histoire où les Français s'enivrent de culture et de divertissements. Ils renvoient à des salles de cinéma et de théâtres bondées, à des files d'attente devant les musées et les grandes expositions, à des festivals où l'on se bouscule joyeusement. 2008, année culturelle ! Rappelez-vous, c'était il y a tout juste un an, un postier muté dans le Nord

Et si l'argent privé venait à manquer... | 27 février 2009

s'apprêtait à commettre le plus grand hold-up du cinéma français. Plus de 20 millions d'entrées. Enfoncés les block-busters américains, pulvérisé le vieux record de *La Grande Vadrouille*. Dans la roue des *Ch'tis*, le cinéma s'offrait une échappée belle : 188,8 millions d'entrées en un an avec à la clef une hausse de 6,2 % sur 2007. Et 2009 commence sous d'aussi bons auspices avec près de 15 millions d'entrées pour le seul mois de janvier (+ 3,8 % par rapport à janvier 2008). Pas mal, pour un secteur enclin à se faire périodiquement le film de son déclin.

Les musées eux aussi ont fait le plein l'an passé. A Bordeaux, à Montpellier, Roubaix, Dijon ou Paris, la fréquentation a atteint des niveaux historiques. 25,7 millions de visiteurs se sont invités dans les musées nationaux (+ 2 % par rapport à 2007) (1). A lui seul, Le musée du Louvre en a attiré 8,5 millions [lire l'interview de son pdg, Henri Loyrette, page 28]. Records battus aussi au centre Pompidou (2,75 millions) comme à Versailles, dont l'exposition controversée consacrée à Jeff Koons a dopé la fréquentation (5,5 millions). Dans les théâtres, faute de chiffres, la visibilité est moins grande, mais les spectateurs ont aussi tenu leur rôle. La Manufacture de Nancy revendique un taux de remplissage exceptionnel de 97 %, la Filature, à Mulhouse, annonce une fréquentation en hausse de 10 % et la Comédie-Française affirme n'avoir jamais fait d'aussi belles recettes qu'en 2008. Même les salles privées auraient correctement terminé l'année après des mois d'octobre et novembre un peu rudes.

2009 a commencé en musique. Celles de Bach ou de Schütz, qui ont enchanté fin janvier des dizaines de milliers de mélomanes à la 15e édition de la Folle Journée de Nantes. Bilan : 123 000 billets vendus et un taux de fréquentation des concerts de 98 %. Que demande le peuple ? Du pain et de la musique. Douce euphorie d'une culture qui se consomme même la nuit. L'exposition « Picasso et les maîtres » au Grand Palais, à Paris, s'est terminée début février par trois jours d'ouverture vingt-quatre heures sur vingt-quatre. En quatre mois, elle aura accueilli la bagatelle de 750 000 visiteurs. Et le public en redemande. De l'autre côté de la Seine, le musée d'Orsay vient de clore ses deux dernières expositions sur des affluences records : 450 000 visiteurs pour « Picasso et Manet », 350 000 pour les « Pastels ». Le reste du pays n'est pas en reste. A Lyon, au musée des Beaux-Arts, l'exposition « 1945-1949 - Repartir à zéro, comme si la peinture n'avait jamais existé » a attiré 65 000 visiteurs.

La culture comme antidote à la crise ? Certains économistes y croient et professent qu'en période de récession les ménages ne sacrifient pas les sorties culturelles bon marché. René Martin, créateur de la Folle Journée de Nantes, confirme : *« Je vérifie tous les jours dans les régions que les arbitrages dans les foyers ne se font pas ou peu au détriment de la culture. »* Les chiffres de fréquentation les plus - récents le laissent aussi penser. Ils manquent de nuance.

Page 45

La culture n'est pas en crise mais la crise n'épargnera pas la culture. Quelques-uns en subissent déjà les effets. Les autres appréhendent des lendemains moins enchanteurs. « *Nous vivons cette période comme un tsunami. Nous savons que le séisme a eu lieu. Nous savons que l'onde de choc est importante. Nous attendons la vague.* » La métaphore est de Joël Gunzburger, le directeur de la Filature, à Mulhouse. Elle résume le sentiment dominant dans les milieux artistiques. La crainte que les financements publics et privés se raréfient dans les mois à venir. Or, quand l'argent se fait rare, c'est toujours la création qui trinque avec pour corollaire une baisse de l'offre de spectacles et, par contrecoup, le risque d'évaporation d'une partie du public.

Une fois n'est pas coutume, la bonne nouvelle de ce début d'année est - venue de l'Etat. Dans ses voeux à la Culture, Nicolas Sarkozy a confirmé la rallonge de 100 millions d'euros allouée au patrimoine dans le cadre du plan de relance de l'économie. Surtout, il a annoncé le déblocage de la totalité des crédits gelés pour le spectacle vivant dans le budget de la Culture, soit une trentaine de millions d'euros. Satisfaits mais pas dupes, les responsables de scènes publiques espéraient la mesure. *« Quand on vous prend un portefeuille et qu'on vous le redonne, vous êtes content de le récupérer »,* commente avec ironie Charles Tordjman, directeur du Théâtre de la Manufacture, à Nancy. Pas de quoi en tout cas inverser la lente érosion des crédits publics en faveur du spectacle vivant. Ni surtout faire de la culture, dont dépend un demi-million d'emplois en France, un pilier de la relance de l'économie. Un choix fait par d'autres en leur temps. Qui se souvient que dans les années 30, en pleine dépression américaine, l'instigateur du New Deal, Franklin D. Roosevelt, avait massivement investi dans la culture ? Le Federal Art Project avait recruté 5 300 peintres pour décorer les lieux publics ; le Federal Music Project employait jusqu'à 16 000 musiciens et organisait des milliers de concerts dans tout le pays. Mais la France de Sarkozy n'est pas l'Amérique de Roosevelt. Et quand, en intronisant le nouveau Conseil pour la création artistique début février, le président de la République improvise en fin de discours une envolée lyrique sur l'air de : *« Je veux que la culture soit la réponse de la France à la crise économique mondiale »*, on n'est pas obligé de le croire.

A défaut de pouvoir endosser la cape de Zorro de la Culture, la ministre Christine Albanel tente au moins de préserver son pré carré de coupes budgétaires sauvages. D'autres au gouvernement n'ont pas ses - pudeurs. Le ministère des Affaires étrangères vient de mettre fin en janvier à sa subvention de 135 000 euros au festival des Francophonies de Limoges (théâtre, poésie, danse et musique). « *Personne ne souhaite combler le déficit,* déplore sa présidente Marie-Agnès Sevestre, *pas plus le ministère de la Culture que les collectivités territoriales.* » Résultat, le festival sera réduit de trois jours et proposera moins d'artistes et de créations.

Page 46

L'exemple est symbolique du désengagement de l'Etat dans un secteur désormais majoritairement financé par les collectivités territoriales. Pas une ville, une communauté de communes, un département ou une Région qui n'intervienne aujourd'hui dans la culture. L'avantage est évident : la multiplication des sources de financements. Le revers de la médaille l'est tout autant. En période de crise, chacun se sent plus libre de réduire ou d'escamoter une subvention en espérant qu'elle sera compensée par le voisin. Ce qui est rarement le cas, surtout quand la politique s'en mêle. On ne voit pas souvent un département de gauche pallier la défaillance d'une municipalité de droite. Et inversement. De plus, les collectivités locales n'ont pas les mêmes moyens que l'Etat, donc pas la même capacité de résistance. Difficile pour un élu de défendre la nécessité d'investir dans la culture quand les entreprises débauchent et que la pression du chômage monte. *« En 2009, on ne constate pas encore de répercussions évidentes,* explique Karine Gloanec-Maurin, présidente de la Fédération nationale des collectivités territoriales pour la culture, *mais j'ai bien peur que certaines collectivités ne soient tentées de faire des coupes claires dans le secteur associatif et culturel. »* Ici et là, on en perçoit déjà les signes. Alain Tapié, le directeur du palais des Beaux-Arts de Lille, avoue une baisse de son budget de 5 %, la Ville de - Morlaix a amputé sa subvention annuelle au Théâtre du Pays de Morlaix de près de 40 % (200 000 euros), les collectivités régionales et départementales de Haute-Normandie ont réduit de 10 % chacune leur contribution au festival Automne en Normandie (260 000 euros). La liste n'est pas exhaustive.

L'inquiétude est encore montée d'un cran le 5 février avec l'annonce de Nicolas Sarkozy de supprimer la taxe professionnelle en 2010. Le Premier ministre a eu beau promettre que le manque à gagner *« serait intégralement compensé pour les collectivités locales par des ressources fiscales complémentaires »*, l'effet est ravageur. *« Nous avons largement anticipé la crise et le retrait progressif des financements de l'Etat,* explique Bruno Gaudichon, le directeur du musée La Piscine, à Roubaix, *mais la suppression de la taxe professionnelle est angoissante car elle entraînera une baisse de revenus des collectivités et aura forcément des répercussions budgétaires sur nous à moyen terme. » « C'est une mesure incompréhensible dans le contexte actuel,* s'emporte Karine Gloanec-Maurin. *Ce gouvernement ne porte décidément pas la décentralisation dans ses objectifs. »*

La décision est d'autant plus mal vécue qu'elle fragilise encore les ressources publiques au moment où l'argent privé commence à refluer en raison de la crise. Or, depuis la loi de 2003 qui instaure des aides fiscales très incitatives [NDLR : une réduction d'impôts de 60 % du montant du don pour les entreprises], les fonds consacrés au mécénat ont pris une place importante dans le financement de la culture. Selon l'Admical, la principale association qui promeut le mécénat d'entreprise, ils seraient passés en cinq ans de 300 millions à près de 1 milliard

Page 47

d'euros. Plus du tiers du budget du ministère de la Culture (2,82 milliards d'euros) ! On ne compte plus aujourd'hui les festivals, musées ou théâtres qui font appel à des mécènes privés. Les sommes en jeu ne sont pas forcément pharaoniques mais, sans elles, de fragiles équilibres sont parfois rompus. *« Une scène comme la nôtre se développe sur des marges, et le mécénat se situe sur ces marges »*, observe Philippe Bachman, directeur de La Comète, à Châlons-en-Champagne. En 2009, les fondations de grandes entreprises comme la Société Générale, Total, BNP-Paribas ou Orange n'ont pas remis en cause leurs engagements dans le mécénat culturel. Elles ont souvent investi dans des programmes pluriannuels et sont adossées à des groupes suffisamment puissants pour laisser passer l'orage. Ce qui est fragilisé aujourd'hui, c'est le mécénat de court terme. Celui qui s'investit ponctuellement sur un festival ou une exposition. *« La plupart des entreprises revoient leur budget à la baisse de 5 à 10 % »*, reconnaît Marianne Eshet, la déléguée générale de l'Admical. Le risque pour la culture n'est pas seulement de voir les budgets diminuer mais d'assister aussi à une réorientation du mécénat vers des actions d'utilité sociale plus en phase avec l'époque. *« Dans sa conception traditionnelle, le mécénat culturel pourrait être durement affecté par la crise actuelle,* affirme le président du centre Pompidou, Alain Seban (2). *Le prestige social qui s'y attache* [...] *devient suspect dans des temps difficiles où, par réaction avec la période précédente, tout ce qui peut apparaître comme ostentatoire est banni et où tout ce qui n'est pas directement utile est mis en cause. »*

Le recul du mécénat est déjà perceptible. Premières touchées, les manifestations de moindre ampleur. Le festival Jazz à Saint-Germain-des-Prés, à Paris, a par exemple perdu près du tiers de son budget (350 000 euros) après le départ brutal de son principal mécène, le Crédit Mutuel, et la réduction de trois quarts de la subvention accordée par le Sénat. *« Nous continuons malgré tout,* affirme son directeur artistique, Frédéric Charbaut, *mais nous allons réduire le nombre de concerts et nos salaires, déjà légers. »* Les manifestations les plus prestigieuses ne sont pas non plus épargnées. Le Festival de musique d'Aix-en-Provence a décidé de reporter une de ses cinq productions et reconnaît une baisse de 10 % (300 000 euros) de ses accords de mécénat et de parrainage. Le voisin Avignon a conservé tous ses mécènes. Mais si le principal, Dexia, a maintenu son partenariat artistique, il supprimera toutes ses opérations de communication autour du festival. Une tendance. En temps de crise, le mécénat culturel se fait discret. Fini les grands raouts avec petits fours et champagne ! L'heure est à la sobriété.

2009, nouvelle année culturelle ? Voire. Si l'inquiétude est là, la conscience de vivre une crise hors norme aussi. Alors, partout on serre les dents et les budgets et on continue malgré tout de vouloir faire rêver. *« La fragilité, je la connais depuis toujours »*, explique René Martin, le créateur de la Folle Journée de Nantes mais aussi du Festival international de piano de La Roque-d'Anthéron. *« Si je devais perdre*

Page 48

20 % de mon financement l'année prochaine, je ferais une Folle Journée magnifique avec 20 % de budget en moins, mais je la ferais. » Chapeau l'artiste.

Olivier Milot, avec Emmanuelle Bouchez, Sophie Cachon et Luc Desbenoit. Photos : Patrick Messina pour Télérama
Télérama n° 3085

(1) Hors Grand Palais.

(2) Les Echos du 22 décembre.

Page 49

DOCUMENT 17

Ministère de la **Culture** et de la **Communication**

Discours







Contact presse

Département de l'information et de la communication

01 40 15 80 11
service-de-presse@culture.fr

SEUL LE PRONONCE FAIT FOI

Discours de Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, prononcé à l'occasion de la remise de la distinction de Grand Mécène du ministère de la Culture aux entreprises et fondations Bouygues, Hermès/Fondation d'entreprise Hermès, Fondation Macdonald Stewart, Société Générale, Les Fondations Velux

Messieurs les Présidents,
Messieurs les Directeurs,
Mesdames et Messieurs,
Chers amis,

C'est une grande joie et un honneur pour moi de vous accueillir ce soir dans les salons du ministère de la culture et de la communication qui fête cette année son 50e anniversaire.

Car cet anniversaire vous appartient aussi.

Vos passions, votre générosité, vos talents accompagnent la politique culturelle qui, depuis 50 ans, distingue si fortement la France. En soutenant la sauvegarde de notre patrimoine, la création artistique et le rayonnement culturel de notre pays, vous contribuez à la réalisation du projet visionnaire d'André Malraux pour notre culture.

La France, vous le savez, a tardé à se doter d'une législation vraiment incitative en matière de mécénat.

La loi du 1er août 2003 a ainsi marqué un tournant historique, en reconnaissant pleinement votre rôle essentiel dans la défense des grandes causes d'intérêt général : en matière de culture, bien sûr, mais également sociales ou environnementales.

Cette loi parmi les plus incitatives du monde a permis un essor remarquable du mécénat au cours des cinq dernières années. Elle ne constitue pas pour autant un cadre figé, définitif. Nous nous efforçons chaque année d'en améliorer les dispositions :

- LFR 2007 : extension aux particuliers qui soutiennent le spectacle vivant et les expositions d'art plastique (attendue par les festivals locaux) ;
- Loi TEPA du 21 août 2007 : incitation fiscale pour tous les redevables de l'ISF qui versent des dons aux établissements d'enseignement supérieur – parmi lesquels ceux du ministre de la Culture.
- Loi LME du 4 août 2008 : création du fonds de dotation. Nouvelle forme juridique pour le mécénat de très long terme. Le Louvre sera le premier utilisateur grâce au partenariat exemplaire noué avec Abou Dhabi.
- LFI 2007 : ouverture du mécénat aux travaux de restauration sur les MH privés qui ne réalisent pas plus de 60 000 € de recettes commerciales
- LFR 2009 : suppression de la condition des 60 000€, ce qui permet aux propriétaires de MH privés de conjuguer recettes propres de toutes natures et soutien de l'Etat.




➢ Projets pour 2009 : deux mesures pour les jeunes artistes et les petits et moyens collectionneurs (entreprises et particuliers) :

- acquisition d'œuvres d'artistes vivants : relèvement du plafond de 0,5% à 1% du CA pour les PME et ouverture aux professions libérales et entreprises individuelles

- incitation des banques via le mécénat à accorder aux particuliers qui achèteraient une œuvre d'art, un prêt sans intérêt plafonné à 5 000 euros par an.

Si je peux me battre avec un certain succès pour faire avancer cette législation, c'est grâce à vous, grâce à la qualité exceptionnelle de votre engagement dans notre vie culturelle.

C'est cet engagement que je tenais à saluer aujourd'hui en remettant la distinction de Grand Mécène à plusieurs entreprises qui sont devenues, pour mon ministère, des partenaires d'exception. Votre rôle est inestimable, et il l'est d'autant plus en ces temps de crise pour nos modèles économiques et sociaux.

2008 51

BOUYGUES (Monsieur Martin Bouygues, Président-Directeur Général).

Monsieur le Président, cher Martin Bouygues,

Le groupe que vous présidez, fondé par votre père Francis Bouygues, est, depuis de nombreuses années, un mécène attentif et talentueux pour notre culture.

Les projets, les réalisations et les talents que vous avez soutenus contribuent à la préservation autant qu'au renouvellement de notre patrimoine.
Je pense ici en particulier à la transformation de la gare et de l'hôtel d'Orsay mais je pense également aux travaux de restauration du Grand Louvre, à la rénovation de l'aile de Flore ainsi qu'au musée du Quai Branly, cette œuvre magnifique de l'architecte Jean Nouvel.

Fidèle à cet engagement au service de notre patrimoine, vous contribuez également au grand chantier de rénovation de l'Hôtel de la Marine, ce chef d'œuvre de l'architecture française du XVIIIème siècle.

Votre groupe assume non seulement la charge financière des travaux de restauration du péristyle, des salons, de la galerie dorée et de la galerie des tapisseries qui devraient s'achever au printemps, mais il en assure aussi la maîtrise d'ouvrage, à travers Bouygues Construction. Tout cela, dans l'exigence et dans le respect admirable des règles qui président à la sauvegarde de nos monuments.

Votre action ne se limite cependant pas à la préservation de notre patrimoine, de ces traces sensibles de notre histoire, vous tenez également à faire mieux connaître notre culture, à en permettre la diffusion et le partage par le plus grand nombre.

C'est tout le sens de votre engagement dans l'aménagement muséographique des salles dédiées aux antiquités tardives du bassin oriental de la Méditerranée, qui témoigneront des échanges entre les anciennes civilisations orientale, égyptienne et romaine et les premières communautés chrétiennes.

C'est le sens également de votre soutien à des expositions de premier plan, telles que « Jean-Marc Nattier » au château de Versailles en 1999 et « 20 siècles en Cathédrales » au Palais du Tau à Reims en 2001.

C'est le sens enfin de l'action développée, au sein de votre groupe, en faveur de la création.

Je tenais à évoquer en particulier l'engagement du groupe Colas, qui a créé au début des années 1990, à l'initiative d'Alain Dupont, son président-directeur général, une fondation d'entreprise dont la vocation est de promouvoir la peinture contemporaine ainsi que la musique. Ainsi, chaque année, la Fondation d'entreprise Colas sélectionne une quinzaine d'artistes de toutes nationalités qui reçoivent commande d'une toile sur le thème de la route. Sa collection rassemble aujourd'hui plus de 200 toiles.

La Fondation Colas apporte aussi son soutien à la production d'œuvres musicales prestigieuses ainsi qu'au Festival Jazz in Marciac, l'un des grands rendez-vous des amoureux du jazz.

Pag 52

Je tenais, cher Martin Bouygues, à saluer votre rôle précieux dans la transmission de notre patrimoine et l'enrichissement de notre vie culturelle ; à vous dire également la reconnaissance et le soutien de l'Etat. Aussi suis-je particulièrement heureuse de vous remettre ce soir la médaille de « Grand Mécène du ministère de la Culture et de la Communication ».

HERMES (Monsieur Pierre-Alexis Dumas, Président de la Fondation d'entreprise Hermès)

Monsieur le Président, cher Pierre-Alexis Dumas,

Dès sa fondation par votre ancêtre, Emile Hermès, votre Maison a lié son histoire à des valeurs fortes d'humanisme et de solidarité. Grand patron en avance sur les lois sociales de son temps, Emile Hermès a inauguré une tradition d'entraide dans l'animation de vos équipes qui fait votre marque aujourd'hui encore.

Vos nombreux engagements humanitaires et philanthropiques témoignent de votre fidélité à ces valeurs essentielles.

Dès l'origine également, votre Maison a lié son histoire au monde des arts et des lettres.

Emile Hermès a ouvert ses portes ses portes à Sonia Delaunay, Raoul Dufy, Christian Bérard, Cassandre. Il a collectionné, avec passion et sensibilité, des œuvres qui constituent aujourd'hui un merveilleux musée privé en forme d'hymne au voyage.

Ce lien originel et étroit avec les artistes et la création, vous le faites vivre, vous le renouvelez constamment. Dans l'attention à la diffusion des arts, à l'ouverture au public, aux échanges culturels.

Ainsi, sous l'impulsion de Robert Dumas, le gendre d'Emile Hermès, votre maison s'est-elle associée à de grandes expositions d'envergure internationale, en enrichissant à cette occasion, par des créations spéciales, la fameuse collection des « carrés » .

Ainsi, depuis l'an dernier, avez-vous initié une collection de photographies d'artistes vivants dont les œuvres font écho à l'esprit et à l'histoire de votre Maison : portraits de femmes et d'hommes dans le monde, puissance des chevaux, esprit du voyage, contemplation de la nature, univers du rêve et des contes, évocations graphiques de paysages urbains...

Vous avez par ailleurs développé un soutien direct aux artistes en créant, à travers le monde, des espaces d'expositions d'art contemporain - ces lieux si essentiels pour ouvrir à chacun les portes de la création.

Huit galeries ont ainsi vu le jour depuis 1999 : à Bruxelles, Tokyo, Osaka, Séoul, Berlin, Singapour, New York et Berne.

Forts de cette tradition, à la fois respectée et constamment réinventée, vous avez décidé de donner plus d'envergure et de cohérence à votre action en créant, en avril 2008, la Fondation d'entreprise Hermès. Dirigée par Mme Catherine Tsekenis, elle a pour mission, dans le domaine culturel, de soutenir la création contemporaine et de contribuer à la préservation et à la valorisation des métiers d'art.

Pour cette longue et belle histoire au service des arts et de la création, pour vous dire notre soutien et notre reconnaissance, j'ai le grand plaisir, cher Pierre-Alexis Dumas, de vous remettre ce soir la médaille de « Grand Mécène du Ministère de la Culture et de la Communication ».

FONDATION MACDONALD STEWART (Monsieur Bruce Bolton, directeur exécutif)

Monsieur le Directeur, cher Bruce Bolton,

Je suis très heureuse de vous accueillir aujourd'hui.

Vous rapporterez toute notre gratitude et toute notre reconnaissance à Mme Liliane Stewart, votre présidente, qui ne pouvait malheureusement être des nôtres.

Vous êtes, je dois l'avouer, le premier récipiendaire canadien depuis la création de la distinction qui nous réunit aujourd'hui. C'est donc un moment un peu particulier, l'occasion pour moi de dire combien la France tient à ses liens avec le Canada, et en particulier avec le Québec.

A travers les deux organismes qu'elle a fondés avec son mari David Macdonald Stewart – c'est-à-dire la Fondation et le musée Stewart à Montréal – votre présidente a consacré toute son énergie, toute sa force de conviction, toute sa générosité au service de la mémoire commune de nos deux pays.

Sa contribution est exceptionnelle à l'histoire de la Nouvelle France, ainsi qu'à celle de la présence française dans le Nouveau Monde.

Et c'est là une grande contribution humaniste : permettre la connaissance de nos passés mutuels, permettre la connaissance de l'autre, transmettre, c'est construire des liens de tolérance et d'ouverture.

C'est le sens du soutien apporté par la Fondation Mac Donald Stewart à nombre de nos musées : château de Versailles, musée de l'Armée, musée national de Malmaison, musée de la Marine, musée des Années Trente de Boulogne-Billancourt et musée des Beaux-Arts de Brest.

C'est le sens également de votre importante action en faveur de la sauvegarde et de la transmission de notre patrimoine. Vous contribuez très généreusement à la restauration d'édifices liés à l'histoire des Français fondateurs et découvreurs du Canada : le manoir Jacques Cartier à Saint-Malo, l'église Saint-Pierre de Brouage.

Vous contribuez également à leur connaissance : vous avez ainsi rendu possible la réédition en 2008 d'un ouvrage essentiel, « Un Tour de France canadien », qui propose à vos compatriotes un itinéraire de la France sur les traces de leur famille et de leur histoire.

Ces liens historiques, vous tenez à les renouveler, à les faire vivre aujourd'hui.

C'est pourquoi vous soutenez l'accueil d'étudiants de l'Ecole du Louvre à l'Université de Montréal, ainsi que le Prix Samuel de Champlain de l'Institut France-Canada, qui récompense chaque année un Canadien et un Français dont la carrière ou les œuvres ont contribué au rayonnement du patrimoine culturel partagé par le Québec et la France.

C'est pourquoi votre Fondation apporte également son concours à la Fondation canadienne de la Bataille de Normandie pour l'organisation des voyages d'étudiants canadiens sur ce site historique.

Madame Stewart a mis au service de la culture sa passion, son talent, sa créativité et sa grande générosité. Les distinctions et marques d'estime dont elle a été gratifiée sont autant d'hommages à une vie tout entière marquée du sceau de l'humanisme et de la philanthropie.

Il en manquait une, à laquelle, je le sais, vous attachez une importance particulière. C'est donc avec beaucoup d'émotion et de joie que je vous remets ce soir la médaille de «Grand Mécène de la Culture» pour la Fondation Macdonald Stewart.

SOCIETE GENERALE (Monsieur Daniel Bouton, Président du Conseil d'Administration)

Cher Président, cher Daniel Bouton,

Pilier de l'industrie bancaire française avec LCL (ex-Crédit Lyonnais) et BNP Paribas, la Société Générale les rejoint ce soir, et j'en suis très heureuse, dans le cercle de nos grands mécènes.

Parce qu'elle est pensée dans la durée, dans l'ouverture à toutes les cultures, dans la solidarité et la volonté de partage, votre implication dans notre vie culturelle est exceptionnelle.

Vos actions en faveur du monde de la musique en témoignent avec éclat. Depuis 1987, en effet, votre association, « Mécénat Musical Société Générale » (MMSG), contribue exemplairement à faire vivre et connaître la musique classique.

Vous soutenez l'insertion professionnelle des jeunes musiciens, en liaison notamment avec nos conservatoires nationaux. Vous soutenez la création musicale contemporaine par des commandes, des prix et des grands rendez-vous qui la font connaître. Vous contribuez au dynamisme de la musique de chambre, par le soutien à des formations musicales ou à des concours internationaux. Vous contribuez, enfin, à la diffuser par l'initiation des jeunes publics, par le soutien à des programmations ambitieuses (comme la Saison Musicale du Théâtre des Bouffes du Nord) ou à ce rendez-vous audiovisuel de premier plan qu'est l'émission « Presto » sur France 2, présentée par Pierre Charvet.

Et je ne serais pas complète si j'omettais de rappeler votre soutien indéfectible à la Salle Pleyel, depuis sa réouverture en 2006.

Votre œuvre en la matière est impressionnante. Non seulement parce que vous contribuez à faire vivre la création musicale, mais également parce que vous contribuez à la faire partager.

C'est ce même esprit, qui guide, depuis 1995, votre soutien à l'art moderne et contemporain.

Vous avez ainsi constitué une exceptionnelle collection d'entreprise, sans parti pris de style ni d'école, composée de plus de 170 pièces qui offrent un large panorama de la création plastique française et étrangère de la fin des années 1970 à nos jours.

Là encore, vous soutenez les artistes, vous contribuez à la vie du marché de l'art et vous faîtes partager les œuvres.

Depuis 2003, en effet, vous prêtez régulièrement des œuvres pour des expositions temporaires dans toute l'Europe. Un remarquable site Internet permet par ailleurs d'accéder à cette collection remarquable.

Ouverte à la création contemporaine, ouverte aux publics, votre action est également ouverte sur le monde. Je tenais ici à rappeler le soutien de Société

Générale Private Banking à Unifrance pour la promotion du cinéma français à l'étranger.

C'est donc une très grande joie pour moi, cher Daniel Bouton, de vous témoigner la reconnaissance et le soutien de l'Etat en vous remettant ce soir la médaille de « Grand Mécène du Ministère de la Culture et de la Communication ».

FONDATIONS VELUX (Monsieur Lars Kann-Rasmussen, président du Groupe Velux et président de la Fondation Villum Kann-Rasmussen, et Monsieur Michel Langrand, président de Velux France).

Messieurs les Présidents, cher Lars Kann-Rasmussen et cher Michel Langrand,

Votre groupe d'origine danoise est devenu, en quelques années, l'un des principaux mécènes de notre patrimoine. Je suis particulièrement heureuse de lui rendre hommage aujourd'hui.

Dès sa création par Villum KANN RASMUSSEN dans les années 1970, le groupe Velux s'est distingué par son respect indissociable de l'homme et de son environnement.

Cette philosophie exigeante, qui guide ses activités, a également guidé son engagement dans le mécénat, au Danemark autant qu'à l'étranger.

Et il en va ainsi pour toutes les actions de mécénat culturel développées par sa filiale Velux France.

Valorisation de la lumière, harmonie architecturale, respect de la nature et de l'environnement sont votre marque et elle apporte, depuis plusieurs années, une contribution exceptionnelle à la préservation de notre patrimoine.

En témoignent votre contribution à la restauration du jubé de bois de la chapelle Saint-Fiacre du Faouet dans le Morbihan, classé Monument historique par Prosper Mérimée lui-même dès 1862, ou votre implication dans le programme de réhabilitation de la basse-vallée du Doubs.

En témoigne également votre soutien à la rénovation de l'œuvre exceptionnelle de Le Corbusier qu'est le couvent de La Tourette à l'Arbresle, près de Lyon. Vous avez mis votre passion et vos talents au service de ce monument de lumière, mariant respect du patrimoine et innovation architecturale.

Mais votre implication profonde, et grandissante, ne se lit pas seulement dans ces exigences.

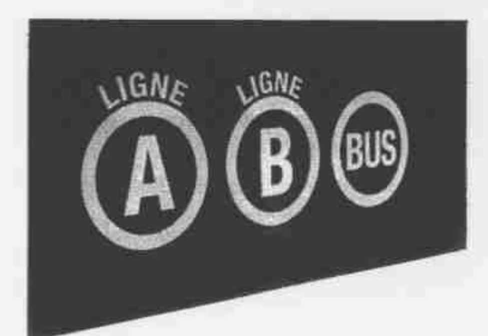
Elle se lit aussi dans votre faculté à répondre aux urgences. Ainsi, en 2001, avez-vous soutenu le ministère de la culture et le ministère de la justice dans la restauration des boiseries de la chapelle du Parlement de Bretagne à Rennes, tragiquement détruit par un incendie en 1994.

Elle se lit également dans votre solidarité au service de ce qui fait notre patrimoine commun. Ainsi avez-vous accepté de devenir le mécène exclusif de la restauration de sept des verrières de la Sainte-Chapelle à Paris. J'ai eu le très grand bonheur de lancer avec vous, au mois de juin dernier, cette opération en faveur de l'un des monuments les plus célèbres et les plus remarquables de l'art français.

La campagne de restauration que nous avons pu lancer grâce à votre soutien parachèvera, en 2013, une longue série d'interventions destinées à préserver cet ensemble unique au monde.

C'est donc pour moi un grand honneur et un grand plaisir de vous remettre ce soir, chers Messieurs les Présidents, la médaille de « Grand Mécène du ministère de la Culture et de la Communication ».

DOCUMENT 18



Communiqué presse

17 fév. 2009

Mécénat culturel d'entreprise

Tisséo renforce son engagement et créé une délégation dédiée au mécénat culturel d'entreprise

En créant une délégation au mécénat culturel d'entreprise, Tisséo - en sa qualité d'exploitant du réseau de transports publics de l'agglomération toulousaine - renforce sa politique en faveur du mécénat d'entreprise et son engagement aux côtés des principaux acteurs de la vie culturelle de l'agglomération toulousaine.

Initiée dès la conception de la ligne A du métro de l'agglomération toulousaine, l'engagement culturel de Tisséo se renforce sous l'impulsion de son Président, Stéphane Coppey, avec la création d'une délégation au mécénat culturel d'entreprise.
En charge de cette délégation depuis décembre dernier, Catherine Labroue a pour mission de positionner Tisséo comme un véritable partenaire culturel de l'agglomération toulousaine. *Catherine Labroue a occupé auparavant les postes de chef de service du pôle arts et spectacle vivant au sein de la Direction de la Culture de la Région Midi-Pyrénées et celui de conseillère technique au cabinet de Martin Malvy.*

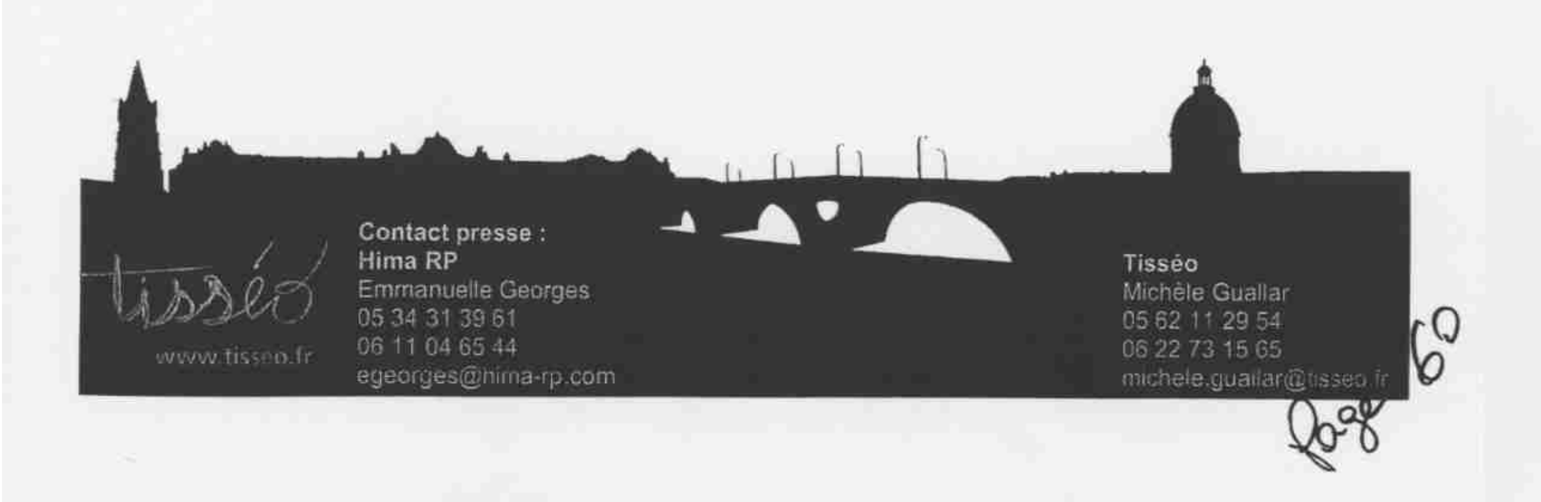
La création de cette délégation s'inscrit dans une politique de continuité avec les diverses initiatives menées jusqu'alors par Tisséo. Elle démontre aussi une volonté forte de structurer son action de mécénat d'entreprise autour d'axes clairement définis.

Tisséo s'engage

En initiant de véritables engagements basés sur des objectifs partagés en direction d'acteurs culturels, en soutenant des initiatives d'artistes, Tisséo s'implique de façon citoyenne dans la vie de la Cité.

La Culture pour Tisséo est bien un champ d'intervention au croisement de plusieurs exigences et enjeux pour la Ville et son agglomération : cohésion sociale, citoyenneté, développement urbain, aménagement du territoire, développement durable.
Dans ce cadre, Tisséo entend pleinement jouer son rôle d'entreprise citoyenne résolument engagée pour construire la Ville de demain.

Cette démarche novatrice vient en écho de la démarche ambitieuse issue des Assises de la Culture menées par la Ville de Toulouse : la Culture au cœur de la réflexion urbaine et transcendant l'ensemble des enjeux urbains. Tisséo y tiendra sa juste place.



Contact presse :
Hima RP
Emmanuelle Georges
05 34 31 39 61
06 11 04 65 44
egeorges@hima-rp.com

Tisséo
Michèle Guallar
05 62 11 29 54
06 22 73 15 65
michele.guallar@tisseo.fr

DOCUMENT 19

Accueil > Mécénat > Culture

MÉCÉNAT CULTUREL

Bouygues, mécène de l'Hôtel de la Marine

Le groupe Bouygues finance et réalise les travaux de restauration du péristyle, de la galerie dorée et des d'apparat de l'Hôtel de la Marine, bâtiment classé monument historique, dans le cadre d'une convention de compétence signée le 26 avril 2006 avec les ministères de la Défense et de la Culture.



Avec 6,2 millions d'euros, il s'agit du plus important mécénat de compétence à Paris. Ce projet allie à la fois la restauration d'éléments architecturaux et des décors intérieurs.
Ainsi, le groupe Bouygues assume non seulement la charge financière des travaux de restauration du péristyle et des salons mais il en assure aussi la maîtrise d'ouvrage.

Le Groupe s'était déjà impliqué dans la mise en valeur du patrimoine historique par exemple pour la des chevaux de Marly dans les années 1980 ou encore pour la construction de la Grande Arche. C commémore le bicentenaire de la Révolution française et parachève la perspective menant au jardin jusqu'à la Défense en passant par l'arc de Triomphe.

> En savoir plus sur le mécénat de restauration de l'Hôtel de la Marine

Association pour le rayonnement de l'Opéra de Paris (AROP)

Bouygues est membre Associé de l'AROP depuis 1991.

Cercle de l'Orchestre de Paris

L'Orchestre de Paris est installé depuis septembre 2006 en résidence permanente à la Salle Pleyel o désormais l'ensemble des répétitions et concerts de sa saison parisienne.

Bouygues est membre Donateur du Cercle de l'Orchestre de Paris depuis 2006.

Théâtre des Champs-Elysées

Bouygues est Mécène du Théâtre des Champs-Elysées depuis 1992.

(Mise à jour : décembre 2008)

DOUMENT 20



us vite pour les 13 et 14 mai 2009 - entreprises & mécéna

Site réservé | Partenaires 

Admical | Le Mécénat | Vous êtes | Le Répertoire | Vos Questions | Contact

Introduction

Définition

Pourquoi faire du mécénat ?

Comment faire du mécénat ?

Mise en place d'une politique de mécénat

Définition du mécénat

La terminologie
Le mécénat est...
Le mécénat n'est pas
Les différentes formes de mécénat

La terminologie :

Il n'existe pas de définition légale du mécénat et du parrainage. La terminologie utilisée est celle prévue par l'arrêté du 6 janvier 1989 « relatif à la terminologie économique et financière ».

Ce texte définit le mécénat comme étant le soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Ce texte définit le parrainage comme étant le soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Nous ne rentrerons pas volontairement, dans la polémique sémantique sur les mots « mécénat » et « parrainage ». Nous utiliserons fréquemment le mot « mécénat » à titre générique et le mot « parrainage » lors de contreparties immédiates et d'égale valeur.

Au terme de l'arrêté du 17 mars 1982, l'utilisation des termes de « sponsoring » et de « sponsor » n'est pas recommandée. Les mots français correspondants sont « parrainage » et « parrain », « parraineur » et « commanditaire ».

L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière impose désormais l'utilisation des termes "parrainage", "patronage" ou "mécénat" au lieu du terme anglais "sponsoring" ou "sponsorship".

Par ailleurs, la loi du 4 août 1994 (dite loi Toubon) est venue étendre le champ d'application de l'obligation légale d'employer la langue française et en assurer un meilleur respect.

Le mécénat est ...

Le mécénat est entendu comme l'ensemble des concours consentis par une initiative privée, en faveur de domaines d'intérêt général s'étendant aux champs de la culture, de la solidarité et de l'environnement.

Le mécénat est un moyen de communication pour l'entreprise, un élément de sa stratégie. C'est une façon pour elle d'affirmer son intérêt pour son environnement culturel et social et d'apparaître là où le public ne l'attend pas. Le mécénat permet à l'entreprise d'enrichir son image par son association à des causes d'intérêt général, gratifiantes et sympathiques.

Fruit de la réflexion de l'entreprise sur son identité (son histoire, sa structure géographique, ses produits, ses clients et ses salariés), le mécénat doit rester un acte libre et spontané, laissé, dans son principe même comme dans ses modalités, à l'appréciation souveraine de l'entreprise.

Rencontre entre deux mondes qui souvent s'ignorent, le mécénat est un véritable partenariat qui permet à l'entreprise et à son partenaire de s'enrichir l'un l'autre de leurs différences mutuelles.

Le mécénat n'est pas :

Actualités

Le mécénat résiste à la crise ! Enquête ADMICAL – CSA 2009
...

Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher

Go

Naviguer

Navigation

Page 62

Une mode
Une œuvre de charité
Un caprice de président
Un luxe pour des temps prospères
Une publicité déguisée

Les différentes formes de mécénat :

Apports financiers
Apports en nature
Apports en technologie
Mécénat de compétences







Pourquoi faire du mécénat ?

Le mécénat, un nouvel art de communiquer.

A la différence du sponsoring qui sert essentiellement à promouvoir les produits et les marques, le mécénat valorise l'image institutionnelle de l'entreprise. Si le sponsoring est un affichage, le mécénat est une signature.

Le mécénat, outil de communication externe

Outil de communication externe, le mécénat permet à l'entreprise de mettre en valeur son image, son histoire, ses métiers,...
Les outils dont l'entreprise mécène dispose pour mener à bien cette politique de communication externe sont nombreux. Les principaux sont :

4communication graphique (association du nom et du logo de l'entreprise, sous la forme d'une signature, sur les supports de communication de l'opération soutenue);

4opérations de relations publiques (vernissage, visite privée de l'exposition, du concert soutenu, rencontres avec les personnalités qui animent la structure bénéficiaire,...);

4 relations presse associées à celles de l'opération soutenue.

Le mécénat, vecteur de communication interne

Vecteur de communication interne, le mécénat permet à l'entreprise de sensibiliser ses salariés autour de causes d'intérêt général qu'elle soutient.

Les salariés des entreprises ont de plus en plus leur rôle à jouer dans la définition, la mise en place et la gestion du mécénat des entreprises. Celles-ci ne se contentent plus seulement d'une communication externe mais souhaitent impliquer leur personnel.

Ces formes d'implication sont nombreuses, parmi celles-ci :

4la consultation des salariés dans le choix des axes de mécénat,
4la consultation des salariés dans le choix des dossiers susceptibles d'être soutenus par leur entreprise,
4la priorité donnée aux initiatives du personnel,
4la canalisation des initiatives du personnel par la création de club de bénévoles,
4le mécénat associé : l'entreprise apporte son concours à des initiatives soutenues également par son personnel.

Le mécénat de compétences

A l'instar de l'incitation au bénévolat, il s'agit de mobiliser l'énergie et l'expérience des salariés au profit de causes d'intérêt général, principalement sociales. Mais à la différence du bénévolat, les salariés sont mis à disposition, par l'entreprise, d'une structure culturelle ou sociale et continuent donc d'être rémunérés.

Actualités

Le mécénat résiste à la crise ! Enquête ADMICAL – CSA 2009
...

Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher

Go

Naviguer

Navigation

Page 64

Vous pouvez visualiser les Actes de l'Admithème organisé sur le thème du mécénat de compétences, le 17 janvier 2001 à la DIES : **Mécénat de compétences Pratiques et Perspectives**

(Ce document est lisible si vous disposez d'Adobe® Acrobat® Reader™ 5.
Vous pouvez télécharger ce logiciel gratuitement à cette adresse :
http://www.adobe.fr/products/acrobat/readermain.html)

Depuis Admical a réalisé une étude sur le sujet :
Le mécénat de compétences, une forme innovante de partenariat entre salariés, entreprises et associations
(en vente dans notre boutique en ligne)

Le mécénat, un enrichissement mutuel

Si le mécénat est un moyen de communication, il ne se limite pas à ce seul aspect. De nombreuses entreprises assignent certes à leur politique de mécénat des objectifs en termes de communication, mais le mécénat peut produire bien d'autres effets.

L'ouverture à des activités qui se situent hors du champ de travail quotidien de l'entreprise, permet d'introduire de nouvelles valeurs dans l'entreprise, de favoriser son intégration dans son environnement qu'il soit social, culturel, humain ou naturel.

La pratique du mécénat permet aux entreprises de rencontrer leurs partenaires habituels, pouvoirs publics, collectivités territoriales, collaborateurs, clients,..., dans un contexte nouveau, riche en occasion de dialogue et d'échanges.

Dans ce cadre, le mécénat offre aux salariés la possibilité de s'enrichir de nouvelles expériences et d'autres modes de travail, de gestion et de production.





ez-vous vite pour les 13 et 14 mai 2009 entreprises & mé

Site réservé | Partenaires 

> Admical›| Le Mécénat›| Vous êtes›| Le Répertoire›| Vos Questions›| Contact

Introduction

- Définition
- Pourquoi faire du mécénat ?
- Comment faire du mécénat ?
- Mise en place d'une politique de mécénat

Comment faire du mécénat ?

Les différentes formes de mécénat
Les différents modes d'implication du personnel
Les considérations internes/externes à prendre en compte pour établir une politique de mécénat
Les différentes cibles
Les différents domaines d'intervention
Les outils de l'évaluation

Les différentes formes de mécénat

Les modalités qui s'offrent à une entreprise afin de poursuivre sa politique de mécénat sont nombreuses. Les principales sont :

a- le mécénat financier
Il peut s'agir de cotisations, de subventions, d'apports en numéraire. Le dispositif juridique et fiscal exposé plus bas encadre ces pratiques.

b- le mécénat en nature
Le versement peut, dans ce cas, consister en la remise d'un bien inscrit sur le registre des immobilisations, de marchandises en stock, en l'exécution de prestations de services, en la mise à disposition de moyens matériels, personnels ou techniques.

c- le mécénat technologique
Le mécénat technologique consiste à mobiliser le savoir-faire, le métier de l'entreprise au bénéfice de partenaires culturels ou du monde de la solidarité.

d- le mécénat de compétences
Comme expliqué plus haut, il s'agit de la mise à disposition de compétences de salariés de l'entreprise, sous forme de mise à disposition de personnel ou prêt de main d'œuvre, d'accompagnement dans le montage du projet, d'appui technique de courte ou longue durée...

Le mécénat offre aux entreprises une grande souplesse de gestion. Trois formules classiques s'offrent aux entreprises candidates au mécénat, quelle que soit leur taille :

- la gestion en régie directe
- l'association loi 1901
- la fondation :
la fondation reconnue d'utilité publique
sous égide de la Fondation de France ou de l'Institut de France
la fondation d'entreprise

Les différents modes d'implication du personnel

Le personnel des entreprises peut s'impliquer de différentes façons dans la politique de mécénat :

4 par l'information
4par la participation au choix de la politique de mécénat
4par la participation au choix des axes de mécénat
4par la possibilité de proposer des projets
4par la participation aux comités de sélection des projets
4par le mécénat de compétences
4par le mécénat associé

Les considérations internes/externes à prendre en compte pour établir une politique de mécénat

Actualités

Le mécénat résiste à la crise ! Enquête ADMICAL – CSA 2009

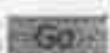
Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher



Naviguer

Navigation

page 66

- La politique de mécénat s'établit en fonction de considérations internes comme :

4L'histoire et les métiers de l'entreprise
4L'implantation géographique (régionale/nationale/internationale)
4Les produits de l'entreprise
4Les budgets disponibles
4La stratégie globale de l'entreprise

- La politique de mécénat s'établit aussi en fonction de considérations externes comme :

4le ou les marchés de l'entreprise
4l'environnement de l'entreprise (clients/fournisseurs/concurrents)

Les différentes cibles

Externes :

4clients et prospects
4fournisseurs
4concurrents
4collectivités
4pouvoirs publics et politiques
4le grand public
4les médias

Internes :
4les salariés
4les syndicats

Les différents domaines d'intervention

Le mécénat peut s'exprimer dans de nombreux champs de l'intérêt général, et il n'existe pas de frontières étanches entre le mécénat culturel et le mécénat de solidarité. C'est d'ailleurs à la croisée des domaines que naissent souvent les expériences les plus novatrices.
A des fins statistiques, Admical distingue les domaines suivants :

Culture

4Actions pluridisciplinaires
4Architecture / design
4Arts plastiques
4Audiovisuel / multimédia
4Cirque
4Danse
4Edition / Littérature
4Musée
4Musique
4Patrimoine
4Photographie
4Théâtre
4Actions culturelles à l'international

Solidarité :

4Actions pluridisciplinaires
4Citoyenneté / Droits de l'homme
4Education / Eveil / Jeunesse
4Emploi / précarité/ Insertion
4Handicap
4Personnes âgées
4Santé / hôpital
4Actions de solidarité à l'international

Environnement

page 67

4Education à l'environnement
4Préservation des sites naturels
4Protection des espèces

Sport

4Cohésion sociale / insertion
4Education /formation
4Handicapé
4Santé / nutrition

Recherche

4Médicale
4Scientifique

Les outils de l'évaluation

Les outils d'évaluation du mécénat sont encore insuffisants. Voici les principaux :

Simples :
4Audience directe, taux de participation
4Le nombre de dossiers reçus et notoriété (spontanée, provoquée) du mécène
4Les retombées médias

Plus sophistiquées :
4Un rapport du bénéficiaire
4Une étude menée par l'entreprise
4Une étude (interne/externe) confiée à une agence spécialisée
4Inconvénient : le coût élevé de ces évaluations

Page 68



scrivez vous vite pour les 13 et 14 mai 2009 - entreprises

Site réservé | Partenaires 

Admical| Le Mécénat| Vous êtes| Le Répertoire| Vos Questions| Contact

La mise en place d'une politique de mécénat

Introduction

Définition

Pourquoi faire du mécénat ?

Comment faire du mécénat ?

Mise en place d'une politique de mécénat

Toute entreprise désireuse d'entreprendre une action de mécénat peut trouver des informations précieuses à Admical. En particulier sur le plan juridique et fiscal, mais aussi pour inscrire plus largement son action dans le cadre d'une politique pérenne.

La mise en place d'une politique de mécénat nécessite en effet des compétences précises et une phase de réflexion importante. L'entreprise doit s'interroger notamment sur :

4ses objectifs (internes, externes)

4ses métiers et le profil de ses salariés

4la cohérence de son mécénat avec sa politique de communication institutionnelle et plus largement la stratégie de l'entreprise

4l'implication éventuelle de son réseau (filiales, succursales etc.) en France et à l'étranger

4les moyens qu'elle est prête à accorder à son mécénat (financiers, en nature, en technologies, en compétences)

4sa taille, la répartition géographique de son mécénat et le caractère centralisé ou décentralisé de son mécénat (d'où viendra l'initiative, les budgets seront-ils décentralisés ?etc.)

4la gestion de son mécénat (en régie directe, via une association, une fondation etc.)

4l'implication éventuelle du personnel de l'entreprise (qui, comment ?)

4la valorisation du mécénat à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (auprès des actionnaires, des clients, de la société civile, des médias, des pouvoirs publics etc.)

4une étude de marché : que font les entreprises concurrentes, quelles sont les « niches » stratégiques où aucune entreprise ne va en matière de mécénat ? Pourquoi ? Comment intervenir ?

4sa capacité à prendre des risques en matière de mécénat et à assumer que le retour sur investissement ne soit ni direct ni immédiat : comment faire place à l'audace et parfois à l'instinct, détecter des projets innovants et les accompagner, et, enfin, qui recruter comme chargé de mécénat ?

Que les entreprises se rassurent ! Ces questions sont importantes, mais beaucoup d'actions de mécénat voient le jour spontanément avant de s'inscrire dans le cadre une politique pérenne. Cohérence, continuité et audace sont les maîtres mots, et ce, quels que soient la taille et les moyens de l'entreprise car le mécénat est, comme nos bilans le prouvent, à la portée de tous !

Actualités

Le mécénat résiste à la crise ! Enquête ADMICAL – CSA 2009 ...

Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher

Go

Naviguer

Navigation

page 69

DOCUMENT 21



Code général des impôts

- Livre premier : Assiette et liquidation de l'impôt
  - Première Partie : Impôts d'État
    - Titre premier : Impôts directs et taxes assimilées
      - Chapitre premier : Impôt sur le revenu
        - Section V : Calcul de l'impôt
          - II : Impôt sur le revenu.
            - 20° : Réduction d'impôt accordée au titre des dons faits par les particuliers

Article 200

1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % de leur montant les sommes prises dans la limite de 20 % du revenu imposable qui correspondent à des dons et versements, y compris l'abandon exprès de revenus ou produits, effectués par les contribuables domiciliés en France au sens de l'article 4 B, au profit :

a) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique sous réserve du 2 bis, de fondations universitaires ou de fondations partenariales mentionnées respectivement aux articles L. 719-12 et L. 719-13 du code de l'éducation et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondations d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au b ;

b) D'oeuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel, ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, notamment à travers les souscriptions ouvertes pour financer l'achat d'objets ou d'oeuvres d'art destinés à rejoindre les collections d'un musée de France accessibles au public, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises ;

c) Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif ;

d) D'organismes visés au 4 de l'article 238 bis ;

e) D'associations cultuelles et de bienfaisance, ainsi que des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle ;

f) D'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la présentation au public d'oeuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque ou l'organisation d'expositions d'art contemporain, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des oeuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence ;

g) De fonds de dotation :

1° Répondant aux caractéristiques mentionnées au b ;

2° Ou dont la gestion est désintéressée et qui reversent les revenus tirés des dons et versements mentionnés au premier alinéa du présent 1 à des organismes mentionnés aux a à f ou à la Fondation du patrimoine dans les conditions mentionnées aux quatre premiers alinéas du 2 bis, ou à une fondation ou association reconnue d'utilité publique agréée par le ministre chargé du budget dans les conditions mentionnées au dernier alinéa du même 2 bis. Ces organismes délivrent aux fonds de dotation une attestation justifiant le montant et l'affectation des versements effectués à leur profit.

Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les frais engagés dans le cadre d'une activité bénévole et en vue strictement de la réalisation de l'objet social d'un organisme mentionné aux deuxième à huitième alinéas, lorsque ces frais, dûment justifiés, ont été constatés dans les comptes de l'organisme et que le contribuable a renoncé expressément à leur remboursement.

1 bis. Pour l'application des dispositions du 1, lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20 %, l'excédent est reporté successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement

et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

1 ter Le taux de la réduction d'impôt visée au 1 est porté à 75 % pour les versements effectués au profit d'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre principal, à la fourniture gratuite des soins mentionnés au 1° du 4 de l'article 261 à des personnes en difficulté. Ces versements sont retenus dans la limite de 488 euros à compter de l'imposition des revenus de l'année 2007. Il n'en est pas tenu compte pour l'application de la limite mentionnée au 1.

La limite de versements mentionnée au premier alinéa est relevée chaque année dans la même proportion que la limite supérieure de la première tranche du barème de l'impôt sur le revenu de l'année précédant celle des versements. Le montant obtenu est arrondi, s'il y a lieu, à l'euro supérieur.

2. Les fondations et associations reconnues d'utilité publique peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'oeuvres ou d'organismes mentionnés au 1.

La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique.

Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure déconcentrée permettant de l'accorder.

2 bis. Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les dons versés à la " Fondation du patrimoine " ou à une fondation ou une association qui affecte irrévocablement ces dons à la " Fondation du patrimoine ", en vue de subventionner la réalisation des travaux prévus par les conventions conclues en application de l'article L. 143-2-1 du code du patrimoine entre la " Fondation du patrimoine " et les propriétaires des immeubles, personnes physiques ou sociétés civiles composées uniquement de personnes physiques et qui ont pour objet exclusif la gestion et la location nue des immeubles dont elles sont propriétaires.

Les immeubles mentionnés au premier alinéa du présent 2 bis ne doivent pas faire l'objet d'une exploitation commerciale. Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables lorsque la gestion de l'immeuble est désintéressée et que les conditions suivantes sont cumulativement remplies :

1° Les revenus fonciers nets, les bénéfices agricoles, les bénéfices industriels et commerciaux et les bénéfices des sociétés commerciales, augmentés des charges déduites en application du 5° du 1 de l'article 39, générés par l'immeuble au cours des trois années précédentes sont affectés au financement des travaux prévus par la convention ;

2° Le montant des dons collectés n'excède pas le montant restant à financer au titre de ces travaux, après affectation des subventions publiques et des sommes visées au 1° du présent 2 bis.

Le donateur ou l'un des membres de son foyer fiscal ne doit pas avoir conclu de convention avec la " Fondation du patrimoine " en application de l'article L. 143-2-1 précité, être propriétaire de l'immeuble sur lequel sont effectués les travaux ou être un ascendant, un descendant ou un collatéral du propriétaire de cet immeuble. En cas de détention de l'immeuble par une société mentionnée au premier alinéa, le donateur ou l'un des membres de son foyer fiscal ne doit pas être associé de cette société ou un ascendant, un descendant ou un collatéral des associés de la société propriétaire de l'immeuble.

Les dons versés à d'autres fondations ou associations reconnues d'utilité publique agréées par le ministre chargé du budget dont l'objet est culturel, en vue de subventionner la réalisation de travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité de monuments historiques classés ou inscrits, ouvrent droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

3. Ouvrent également droit à la réduction d'impôt les dons, prévus à l'article L. 52-8 du code électoral versés à une association de financement électorale ou à un mandataire financier visé à l'article L. 52-4 du même code qui sont consentis à titre définitif et sans contrepartie, soit par chèque, soit par virement, prélèvement automatique ou carte bancaire, et dont il est justifié à l'appui du compte de campagne présenté par un candidat ou une liste. Il en va de même des dons mentionnés à l'article 11-4 de la loi n° 88-227 du 11 mars 1988 modifiée relative à la transparence financière de la vie politique ainsi que des cotisations versées aux partis et groupements politiques par l'intermédiaire de leur mandataire.

4. (abrogé).

5. Le bénéfice des dispositions du 1, du 1 ter et du 2 bis est subordonné à la condition que soient jointes à la déclaration des revenus des pièces justificatives, répondant à un modèle fixé par un arrêté attestant le total du montant et la date des versements ainsi que l'identité des bénéficiaires.A défaut, la réduction d'impôt est refusée sans proposition de rectification préalable.

Toutefois, pour l'application du 3, les reçus délivrés pour les dons et les cotisations d'un montant égal ou inférieur à 3 000 euros ne mentionnent pas la dénomination du bénéficiaire. Un décret en Conseil d'Etat détermine les modalités d'application de cette disposition.

6. Par dérogation aux dispositions du premier alinéa du 5, le bénéfice de la réduction d'impôt est accordé aux contribuables qui transmettent la déclaration de leurs revenus par voie électronique, en application de l'article 1649 quater B ter, à la condition que soient mentionnés sur cette déclaration l'identité de chaque organisme bénéficiaire et le montant total des versements effectués au profit de chacun d'entre eux au titre de l'année d'imposition des revenus.

L'identité du bénéficiaire n'est pas mentionnée pour les dons et cotisations versés à des organismes visés au e du 1 et au 3 lorsque, dans ce dernier cas, les versements sont d'un montant égal ou inférieur à 3 000 euros.

La réduction d'impôt accordée est remise en cause lorsque ces contribuables ne peuvent pas justifier des versements effectués par la présentation des pièces justificatives mentionnées au premier alinéa du 5.

7. Abrogé

NOTA:

LOI n° 2009-179 du 17 février 2009 art. 18 III : les dispositions du présent article entrent en vigueur à compter de l'imposition des revenus de 2009.

Cite:

- Loi n°88-227 du 11 mars 1988 - art. 11-4
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 1649 quater B ter
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 223 A
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 238 bis
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 261
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 39
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 4 B
- Code de l'éducation - art. L719-12
- Code du patrimoine. - art. L143-2-1
- Code électoral - art. L52-8

Cité par:

- Loi n°2005-157 du 23 février 2005 - art. 15 (Ab)
- Loi n°2005-157 du 23 février 2005 - art. 16 (Ab)
- LOI n°2008-111 du 8 février 2008 - art. 2, v. init.
- LOI n°2008-111 du 8 février 2008 - art. 2 (V)
- Arrêté du 26 juin 2008 - art. 1 (V)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 125 A (VD)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 1740 A (V)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 200-0 A (V)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 788 (V)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 795 (V)
- CODE GENERAL DES IMPOTS, CGI. - art. 885-0 V bis A (VD)
- Code de la sécurité sociale. - art. L131-4-3 (V)
- Code du patrimoine. - art. L143-2-1 (V)
- Code du travail - art. L322-14 (V)
- Code général des collectivités territoriales - art. L2252-1 (V)
- Code général des collectivités territoriales - art. L3231-4 (V)
- Code général des collectivités territoriales - art. L4253-1 (V)

DOCUMENT 22

Fiche 2•6

Mécénat et parrainage

I. Définitions

Le développement des ressources propres des radios associatives peut passer par les deux types de financements suivants, qu'il importe de ne pas confondre : le « mécénat » et le « parrainage ».

1/ Définition du mécénat

Le mécénat est le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

L'administration a précisé les organismes éligibles au régime du mécénat (D. Adm. 5 B-3311 n° 12s, et 4 C-712 n° 11s) :

• Il ne faut pas que l'organisme fonctionne au profit d'un cercle restreint de personnes.

• Il faut que son activité principale soit non lucrative et que sa gestion soit désintéressée (voir fiches 2.2, 2.3 et 2.4).

• Il faut que cet organisme soit l'un de ceux prévus par la législation, soit selon l'article 200 du Code général des impôts (CGI) : « *[...] œuvres ou organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel, ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, notamment à travers les souscriptions ouvertes pour financer l'achat d'objets ou d'œuvres d'art destinés à rejoindre les collections d'un musée de France accessibles au public, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises ; [...]* »

Le régime du mécénat bénéficie donc notamment aux associations ayant un caractère éducatif, social, sportif, culturel, humanitaire, familial ou concourrant à la diffusion de la langue et de la culture française.

REMARQUE : L'administration admet que l'existence d'un secteur lucratif ne remette pas en cause la qualification « *d'organisme d'intérêt général* ». En ce cas, les versements effectués ouvrent droit à réduction d'impôt à la condition que les dons restent affectés directement et exclusivement au secteur non lucratif.

En cas de doute sur la possibilité pour une association de se considérer comme étant ou non d'intérêt général, il est possible d'interroger les services fiscaux. La législation prévoit en effet la possibilité de demander confirmation que l'association remplit les critères permettant aux dons qu'elle reçoit d'ouvrir droit à réduction d'impôt (et donc de délivrer des reçus fiscaux).

La délivrance irrégulière de reçus fiscaux étant sanctionnée par une amende, cette démarche apparaît comme prudente (même si elle peut déclencher un contrôle fiscal).

L'administration dispose d'un délai de six mois pour répondre, une réponse négative devant être motivée. L'absence de réponse dans ce délai s'interprète comme un accord tacite.

2/ Définition du parrainage

Le parrainage (ou sponsoring) est le soutien matériel apporté à une manifestation, une personne, un produit ou une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Les opérations de parrainage sont destinées à promouvoir l'image du parrain et comportent l'indication de son nom ou de sa marque. Il s'agit en l'espèce pour l'entreprise de réaliser une action de publicité dont elle attend un retour sur investissement proportionné.

3/ Limites entre mécénat et parrainage

La limite peut parfois être ténue entre ces deux types de soutien. Mais seul le premier, le mécénat, fait l'objet de dispositions fiscales incitatives pour les particuliers et pour les entreprises donateurs (voir ci-après).

De plus, seules les recettes de publicité, donc de parrainage, se voient limitées à 20 % des produits perçus par les radios associatives (voir fiche 1.3). Il existe donc un enjeu très concret à préciser les différences entre les deux notions.

II. Précisions

1) Contrepartie reçue par le donateur

La question de la contrepartie éventuellement reçue par le donateur est un critère essentiel de différenciation du mécénat et du parrainage. En principe, il ne peut y avoir « *mécénat* » qu'en l'absence de contrepartie offerte au donateur.

Ouvrent seuls droits à réduction d'impôt, les dons qui s'analysent comme de véritables libéralités, c'est-à-dire qui ne comportent aucune contrepartie directe ou indirecte proportionnée pour le donateur.

Toutefois, l'Administration fiscale a admis qu'un organisme bénéficiaire puisse remettre un bien ou une prestation de service de faible valeur en contrepartie d'un don. Il est néanmoins nécessaire que le bien ou le service remis au donateur au cours d'une même année civile n'excède ni 31 €, ni 25 % du montant du don ou de la cotisation. Ainsi, à titre d'exemple, celui qui verse une cotisation annuelle de 20 € et reçoit en échange un objet orné du sigle de la radio (Tee-shirt, casquette, stylo,...) d'une valeur de 3 € pourra bénéficier d'une réduction d'impôt calculée sur une base de 20 €.

Il ressort en effet de l'instruction fiscale n° 5 B-17-99 du 4 octobre 1999, qu'il est admis que « *la remise de menus biens tels qu'insignes, timbres décoratifs, étiquettes personnalisées, affiches, épinglettes, cartes de vœux, etc., ne remette pas en cause l'éligibilité des versements au bénéfice de l'avantage fiscal lorsque les biens remis par l'organisme à chaque adhérent ou donateur au cours de la même année civile ont une valeur totale faible (au maximum de 31 euros), et qui présente une disproportion marquée avec le montant de la cotisation ou du don versé (...) caractérisé par un rapport de 1 à 4 entre la valeur du bien et le montant du don ou de la cotisation (...). De même, l'envoi de publications, bulletins d'information ou documents divers.* » (Cité par X. DELSOL, in Mécénat et Parrainage, Editions Juris-service, déc. 2003, p. 47.)

Les entreprises peuvent également bénéficier de contreparties, ne devant pas excéder le quart de leur don. Les concernant, le plafond de 31 € ne serait pas applicable. De même, les aides octroyées par l'entreprise ne doivent pas s'inscrire dans le cadre d'une démarche publicitaire. L'Administration admet néanmoins qu'une entreprise mécène puisse associer son nom à l'opération qu'elle finance. Il est toutefois nécessaire qu'il existe une disproportion marquée entre le montant du don et la valorisation de la « prestation publicitaire » rendue (instruction du 9 novembre 2001, BCI 5B-18-01).

L'Administration a cité, à titre d'exemple : « *Une association sportive locale dont le caractère non lucratif n'est pas remis en cause perçoit 15 000 € par an d'une entreprise locale. Le nom de cette entreprise est inscrit sur un des panneaux du stade. La contrepartie offerte par l'association ne peut pas être assimilée à une simple prestation publicitaire. Dans ce cas, le don n'est que signé par l'entreprise et le dispositif du mécénat est applicable* ». A contrario, dès lors que les manifestations deviennent importantes (épreuves sportives ou spectacles professionnels), le don risque d'être requalifié en prix d'une prestation publicitaire.

2/ Régime fiscal des aides privées

Pour le Donataire (celui qui reçoit le don), les recettes de Mécénat sont en dehors du champ d'application de la TVA.

Leur régime d'impôt sur les sociétés est fonction du régime de l'organisme financé, étant précisé que les dons doivent être affectés à une activité non lucrative d'intérêt général pour ouvrir droit au régime du mécénat.

A contrario, les actions de parrainage sont soumises à la TVA et à l'impôt sur les sociétés au taux de droit commun.

page 74

a) Réduction d'impôt pour les particuliers
Les versements effectués par des particuliers leur ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 66 % des sommes versées, dans la limite de 20 % de leur revenu imposable.
Pour bénéficier de cette réduction d'impôt, il doit leur être établi un reçu fiscal (CGI, art. 200 - 5). Les reçus doivent être conformes au modèle type fixé par un arrêté du 1er décembre 2003 (JO du 7 décembre – CERFA n° 11580*02). Il figure en annexe.

b) Réduction d'impôt pour les entreprises
Les versements effectués par les entreprises à une association au titre du mécénat, leur ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % du montant du don effectué (en espèces ou en nature), dans la limite de 5 pour mille de leur chiffre d'affaires. Cette réduction d'impôt est imputée sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'année au cours de laquelle les dépenses éligibles ont été exposées par l'entreprise.
Lorsque les dons excèdent la limite de 5 pour mille, l'excèdent est reportable sur les années suivantes.

Application aux radios associatives

a) Mécénat

• De nombreuses radios associatives peuvent tout à fait organiser, pour le financement de leurs activités d'intérêt général, des actions de mécénat à leur profit. Il en va indéniablement ainsi des radios concourrant à la « diffusion de la langue et de la culture française », ou simplement « culturelles », et de celles liées à une organisation philanthropique ou humanitaire (aide aux personnes en situation de difficulté ou de détresse). Les radios ayant un positionnement plus généraliste devraient, par prudence, interroger l'administration fiscale pour avoir confirmation qu'elles ont le droit de délivrer valablement des reçus fiscaux.

• Une contrepartie est possible pour les entreprises mécènes (par exemple apposition d'un panneau sur le local de la radio) ou les particuliers (objet orné du sigle de la radio) à condition qu'il y ait une disproportion marquée entre le don et les éventuelles contreparties.

• La mise en place d'actions de mécénat implique que chaque radio conserve un secteur non lucratif comprenant des activités d'intérêt général (voir fiche 3.1).

b) Parrainage

• Le Décret n° 87-239 du 6 avril 1987 définit le régime du parrainage. Le parrainage d'émissions radiophoniques est autorisé pour les entreprises publiques ou privées désirant financer ces émissions dans le but de promouvoir leur image, leurs activités et leurs réalisations dès lors que la radio conserve l'entière maîtrise de la programmation (article 9).

• La citation du nom, de la dénomination ou de la raison sociale de l'entreprise et la référence aux signes distinctifs qui lui sont habituellement associés peuvent apparaître ponctuellement à l'intérieur de l'émission parrainée (article 9).

• Les secteurs pour lesquels la publicité est interdite (tabac) ou réglementée (alcool) (voir fiche 1.3), connaissent les mêmes restrictions concernant le parrainage radiophonique.

Le CSA s'est prononcé à plusieurs reprises sur le respect de la réglementation par les radios en matière de parrainage par des marques de boissons alcooliques : la diffusion des émissions parrainées doit s'effectuer dans les tranches horaires autorisées (mercredi entre 0 et 7 heures, les autres jours entre 0 et 17 heures).

c) Divers

La conclusion d'un contrat de mécénat ou de parrainage entre une association et l'entreprise qui l'aide, n'est pas imposée par la loi. Il s'agit toutefois d'une mesure de prudence, permettant de bien cerner les obligations respectives des parties. En outre la production de ce contrat est demandée par le FSER.
La conclusion d'un tel contrat est donc fortement conseillée.

En annexes

• Modèle de reçu fiscal (page 114).



DOCUMENT 23

Le mécénat culturel



Mécénat **culturel**

Le Mécénat culturel reste présent aujourd'hui sur la ville de Saint-Etienne avec une présence dans trois institutions connues et reconnues :



Musée d'Art moderne

Situé au nord de la ville, il détient une collection d'art contemporain considérée comme la seconde en France pour l'art du XXè siècle après celle du centre Georges Pompidou à Paris.
Cette collection, riche des plus grands maîtres du XXè siècle (Picasso, Léger, Miro), détient également des chefs d'oeuvre d'art contemporain aux signatures prestigieuses (Brauner, Buren, Dubuffet, Magnelli, Soulages, Warhol, Viallat).
Ces dernières années, le Musée s'est ouvert à la photographie et au design.
Le mécénat du Groupe Casino depuis l'ouverture du Musée en 1986 a permis d'en augmenter les acquisitions.

www.mairie-st-etienne.f (rubrique "Vive la culture -> Musée d'Art Moderne")



Comédie de St-Etienne

La Comédie de Saint-Etienne, Centre Dramatique National, situé en plein coeur de la ville, offre depuis des décennies avec un renouvellement permanent une qualité de représentations : programme de spectacles classiques, en provenance d'autres pays européens, créations propres, et extra muros dans le département et sur l'ensemble du territoire français.

Outre lieu de création en tant que CDN, la Comédie est aussi un centre de formation de futurs comédiens dont la renommée est aujourd'hui acquise. Le Groupe Casino mécène avec satisfaction cette institution depuis 1988.

www.comedie-de-saint-etienne.fr



Théâtre de l'Esplanade

Lieu dédié à l'expression artistique où se côtoient opéra, musique classique, baroque, chanson, danse et théâtre. L'Esplanade joue un rôle important dans le développement artistique de l'agglomération stéphanoise auquel Casino est fier d'apporter son soutien.

www.mairie-st-etienne.fr (rubrique "Vive la culture -> Opéra Théâtre de Saint-Étienne")

1, Esplanade de France - 42008 Saint-Etienne Cedex 2 - FRANCE +33 4 77 45 31 31

Page 76

DOCUMENT 24



Culture

Mécènes du Sud: l'art et la manière

Par Amandine Dubiez, publié le 23/03/2006

La lumière de la Provence et la Méditerranée ont toujours attiré les artistes. Aujourd'hui, ils sont toujours là. Mais les rois et les princes qui leur donnaient les moyens de créer ont disparu. Remplacés, désormais, à Marseille, par les entrepreneurs.

Sébastien Wierinck a pu bénéficier de ce nouveau mécénat. La semaine, ce jeune designer belge, arrivé à Marseille en 2004, travaille dans un cabinet d'architecture, ce qui lui permet de financer ses propres oeuvres et sa participation aux expositions. Ainsi peut-il le week-end se consacrer à ses recherches d'art appliqué, à la création d'objets utilisables dans le cadre de la vie de tous les jours. En 2004, il a participé à la Biennale des jeunes créateurs d'Europe et de la Méditerranée, un événement qui réunit tous les deux ans 600 artistes de moins de 30 ans venant de tout le bassin méditerranéen. Ce qui en fait la plus importante vitrine de la jeune création contemporaine. Lors de cette manifestation, il est remarqué par l'association Mécènes du Sud, dont il obtient le premier prix d'aide à la production. Les 2 500 euros de récompense lui ont permis de financer les matériaux utiles à la création de ses oeuvres. Aujourd'hui, Sébastien a monté sa propre agence de design, Onsite studio, et enchaîne les expositions, comme récemment Brazil Brazil! Si le mécénat ne lui a pas ouvert toutes les portes, l'association a su rester à son écoute et être là pour le soutenir à certains moments clefs. Dernièrement, Sébastien manquait de fonds pour participer à une exposition. Il lui a suffi d'un simple coup de fil à Mécènes du Sud pour que ceux-ci lui trouvent un financement.

Wierinck n'est pas un cas isolé. Après des années de stagnation due au manque de retombées commerciales pour les sociétés ou à l'incompréhension entre le monde des entrepreneurs et celui des artistes, le mécénat d'entreprise connaît aujourd'hui un nouveau souffle en Provence. Nicole Baschet-Thomas fait figure de modèle. Engagée en 1990 par l'agence de voyages Vacances bleues pour développer le soutien aux créateurs, elle continue d'enchaîner les conférences et les manifestations. Deux fois par an, 200 oeuvres de jeunes artistes contemporains sont ainsi exposées dans les bureaux et les couloirs de l'entreprise.

La Caisse d'épargne, elle, est devenue mécène en 1989 à Marseille, en créant l'Espace Ecureuil. Un lieu privilégié d'expositions, de conférences et de débats pour des créateurs jeunes ou moins jeunes, connus ou inconnus.

Petit à petit, les patrons défricheurs et passionnés sont arrivés à faire évoluer les mentalités. Ils ont ainsi décidé de se réunir, en juin 2003, au sein de l'association Mécènes du Sud, tout en poursuivant leurs actions particulières. Le mécénat d'entreprise prend enfin son envol. Rien n'aurait pu se faire cependant sans la loi Aillagon. Celle-ci permet désormais aux entreprises mécènes de bénéficier d'une réduction d'impôt égale à 60% du montant du don, soit deux fois plus qu'auparavant. Concrètement, une société de moins de 500 salariés, dont la cotisation est de 5 000 euros, bénéficie d'une baisse d'impôt de 3 000 euros.

A sa création, Mécènes du Sud réunissait huit chefs d'entreprise du sud de la France, tous passionnés par la création contemporaine. Deux ans plus tard, ils sont 23. Alain Chamla, ex-président de l'association, précise la vocation du regroupement: «Il existe les musées publics pour les artistes célèbres, il existe les galeries privées pour les artistes reconnus, il existera Mécènes du Sud pour faire éclore les nouveaux artistes.» En 2004, Mécènes du Sud a aidé de multiples projets d'artistes à se réaliser, dans le cadre de la Biennale des jeunes créateurs d'Europe et de la Méditerranée ou Art Dealers, la foire d'art contemporain marseillaise. Elle a aussi financé une résidence d'artistes. Mais l'association n'entend pas se limiter aux seuls arts plastiques. Elle veut aussi intervenir dans la création de spectacles vivants, la littérature, la musique, la vidéo et la mode.

L'originalité de l'association réside dans le fait que, contrairement au mécénat d'entreprise traditionnel



(qui répond aux besoins des artistes qui le sollicitent), c'est elle-même qui choisit les projets qu'elle veut soutenir. Pour cela, un comité indépendant composé de sept professionnels du monde de la culture a été créé. Il sélectionne des oeuvres contemporaines innovantes, en lien avec Marseille. Et le concept marche! En 2005, le budget a doublé pour atteindre 110 000 euros et 13 projets sur 180 dossiers ont été sélectionnés. La création de ce comité était «indispensable pour être reconnu par le milieu artistique», affirme Carine Robert, déléguée générale de Mécènes du Sud. Si ce mécénat n'a aucune retombée commerciale directe pour l'entreprise, il lui apporte autre chose. Il donne d'abord une image «dynamique, fiable et innovante de l'entreprise», note Nicole Baschet-Thomas. Corinne Brenet, vice-présidente de Mécènes du Sud, va plus loin: «L'art intègre aussi une dimension humaine dans l'entreprise, car il apporte de l'imaginaire, de l'irrationnel et de la convivialité.» A Vacances bleues, chaque exposition entraîne des discussions entre les employés. «Au départ, il y avait certaines fois de l'agressivité, explique Nicole Baschet-Thomas. Ils étaient dubitatifs. Puis il y a eu une véritable demande et désormais chacun se dispute pour accrocher des oeuvres dans son bureau.» Cet engouement donne aussi confiance aux artistes qui sont dorénavant en demande de ce genre de soutien.

Et ce n'est pas un hasard si le mécénat prend tant d'ampleur ici. En effet, pour tous les mécènes, Marseille est une ville pleine de vitalité, une ville qui bouillonne, où la créativité est très importante. Mais le plus difficile sera de conserver les artistes marseillais enfin reconnus, car «ce sont les artistes qui font l'âme d'une ville, sa poésie». Quand, juste retour des choses, ils ne concourent pas à attirer les entreprises. Et de citer l'exemple de Barcelone, la grande rivale.



DOCUMENT 25



RÉGIONS

Publié le 27/11/2008 N°1889 Le Point

Spécial Nantes - Mécénat - Le denier de la culture

Les grands groupes soutiennent la plupart des événements artistiques de la ville. Et l'essor du mécénat touche désormais aussi les domaines industriel, environnemental et médical.

Denis Roux



« Nous sommes une terre qui commence à s'éveiller au mécénat, encore loin derrière l'Ile-de-France, Rhône-Alpes et Paca. » Correspondante de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial, Anne-Marie Plunian-Le Scornec constate que, même si les incitations fiscales ont donné un véritable élan au mécénat, on en est encore aux balbutiements.

« Ce sont les opportunités qui créent le désir » , dit-elle. Avec La Folle Journée, Estuaire, les Machines de l'Ile, les expositions des Beaux-Arts, le monde économique de Loire-Atlantique a joué le jeu, et des millions d'euros ont été drainés. En première ligne, les délégations régionales de grands groupes : Gaz de France, Veolia, SFR, et les banques. Dans le hit-parade des thématiques préférées par les entreprises mécènes, la culture reste prédominante, à travers les grands événements nantais, mais aussi le soutien de projets en devenir, comme le Grand Prix du livre d'histoire, financé par la Société générale de Loire-Atlantique. L'environnement est aussi très tendance. Tout comme la solidarité : BNP Paribas vient de remporter un prix du partenariat culturel créé par les CCI Nantes-Saint-Nazaire pour « Projets Banlieue ».

La recherche médicale nantaise est également soutenue par des financements privés via des fondations d'entreprise. Ainsi, ProGreffe, adossée à l'Institut de transplantation et de recherche sur la transplantation, mobilise 1,4 million d'euros sur cinq ans.

Outil de communication. Le mécénat ne se résume plus aujourd'hui à une somme d'argent. *« Il faut faire preuve d'inventivité, comprendre les besoins des entreprises »* , indique Anne-Marie Plunian-Le Scornec. De nombreuses PME choisissent, par exemple, l'apport de compétences. La société d'ingénierie SCE a ainsi été partenaire de la biennale Estuaire comme prestataire. *« Le mécénat, quand il est porté par toute une entreprise, est souvent un véritable outil de communication interne »* , poursuit la consultante. Exemple ? La SSII Sigma finance des fours solaires et un dispensaire en Afrique, grâce à l'implication volontaire des salariés, qui ont renoncé à 10 % de leur intéressement





Page 79

Revue de presse - DIC
RÉZO international
NUMERO 19 - HIVER 2006

1/2

DOCUMENT 26

Le mécénat culturel en questions

La détermination des pouvoirs publics à combler le retard législatif de la France en matière de mécénat a permis de démocratiser les pratiques qui y sont liées. Bien entendu, les entreprises qui « ne font pas » sont encore largement plus nombreuses que celles qui s'engagent. Cependant, simplifié et médiatisé, le mécénat provoque l'intérêt... et de nombreuses questions auxquelles la Mission mécénat du ministère de la Culture et de la Communication répond ici.

Quels sont les grands principes fondateurs de la loi du 1er août 2003 ?

Le développement du mécénat et des fondations est une priorité du Gouvernement. Le Président de la République l'a annoncé dans un discours prononcé au Palais-Royal le 8 avril 2002 : « Premier objectif : libérer l'initiative. Instaurer une nouvelle règle du jeu. Cela vaut d'abord pour l'État. C'est ensuite encourager et impliquer dans notre vie culturelle tous les acteurs de la société civile : particuliers, associations, fondations, entreprises. »

La loi mécénat du 1er août 2003 concrétise cette volonté. Il ne s'agit pas pour l'État de se désengager du financement de la culture, mais bien de créer des synergies accrues entre les pouvoirs publics et les acteurs de la société civile.

Existe-t-il des indicateurs montrant que les entreprises qui « faisaient déjà » font encore plus maintenant ?

Il est trop tôt à ce jour pour disposer de chiffres significatifs apportant une évaluation sérieuse de l'impact de la loi, mais de nombreuses entreprises font état d'une augmentation de leur apport à la culture grâce aux nouveaux dispositifs.

Une première estimation globale réalisée en mai-juin 2005 montre un accroissement de plus de 20 % en deux ans. Les grandes entreprises françaises pratiquent toutes le mécénat, majoritairement dans le domaine culturel. Le montant global du mécénat d'entreprises en faveur de la culture peut être évalué à environ 240 millions d'euros par an.

Qui sont les nouveaux mécènes ? Y'a-t-il une typologie des entreprises engagées dans des actions de mécénat ?

Les PME-PMI constituent le principal gisement du mécénat pour l'avenir, et c'est pour favoriser ce mécénat que le ministre de la Culture et de la Communication, M. Renaud Donnedieu de Vabres, a signé le 15 mars une charte très importante avec les Chambres de commerce et d'industrie. Preuve du dynamisme de ce secteur, six mois après cette signature, quarante Chambres avaient désigné un correspondant mécénat et avaient commencé un travail de médiation entre le milieu culturel de leur environnement et les entreprises. Il s'agit bien d'un réel développement d'un mécénat nouveau : le mécénat de proximité. Parallèlement, les



grandes entreprises internationales confortent leur mécénat, notamment en créant des fondations : en 2004, le nombre de création de fondations d'entreprises a été multiplié par trois, et 2005 aura confirmé cette impressionnante progression.

Quelle place occupe la France en matière de mécénat culturel ?

La France est généralement classée troisième en matière de mécénat si on se réfère à la mesure des fonds investis, aux côtés de l'Italie, derrière l'Allemagne et la Grande-Bretagne. Contrairement à une idée trop répandue, il n'y a pas de « retard français » en la matière dans le domaine quantitatif, grâce aux pratiques des grandes entreprises et des traditionnels grands mécènes particuliers. En revanche, sur le plan qualitatif, le développement actuel montre que l'assise du mécénat culturel ne demande qu'à s'élargir et que le potentiel est énorme pour autant que les mentalités évoluent.

Néanmoins, la loi promulguée il y a deux ans et demi n'est-elle pas intervenue avec un temps de retard par rapport à ces pays ?

La plupart des grands pays européens ont réformé leur législation dans les années 2000. Le dispositif fiscal français en faveur des entreprises, voté en 2003, est l'un des plus avantageux au monde, puisqu'il offre à la fois une réduction d'impôt importante (60%) et des contreparties significatives, pouvant atteindre 25% du montant du don.

Ces nouvelles mesures annoncent-elles un désengagement de l'État en termes de financement de la culture ?

La question du désengagement de l'État en matière de culture ne se pose pas dans notre pays. En revanche, la demande ne cesse d'augmenter en raison de la popularité et de l'attractivité de la culture : le mécénat s'inscrit désormais en termes de complémentarité aux financements de l'État et des collectivités territoriales.

La promotion de la loi ne risque-t-elle pas d'entraîner une situation dans laquelle la demande des artistes et des structures artistiques dépasserait largement l'offre des entreprises ?

Il est difficile d'évaluer les potentialités du financement privé : tout porte à croire qu'elles sont très importantes. À ce jour, le taux de financement moyen d'une institution culturelle par voie de mécénat est de 2 à 3 % de son budget (s'agissant du mécénat d'entreprises) et très faible s'agissant du mécénat des particuliers. Cela tient en partie au fait que les demandes du milieu culturel vis-à-vis du secteur privé sont encore modestes et parfois mal exprimées. Mais il est de plus en plus fréquent de voir, notamment en région sur un même bassin d'emploi, des cercles de PME-PMI se constituer pour accompagner une structure culturelle dans son dévelopement à moyen terme. Nous sommes donc très loin d'une situation de saturation.

Quel est le plus difficile : changer la mentalité des chefs d'entreprises ou des artistes et professionnels de la culture ?

Les mentalités ont évolué : elles ne sont plus fermées au mécénat. En revanche, ce qui fait encore défaut, c'est le savoir-faire. Les institutions culturelles sont habituées à adresser des demandes aux pouvoirs publics, elles ne savent pas comment présenter un projet aux entreprises. Ce qui manque, c'est la connaissance réciproque des deux milieux. Beaucoup d'institutions culturelles demandent à l'entreprise une subvention de plus, mais l'entreprise souhaite être un partenaire à part entière, non un simple financeur. La réussite du mécénat en France viendra du dialogue qu'auront su initier les deux protagonistes. C'est pourquoi la Mission mécénat a mis en œuvre un faisceau de réseaux qui se croisent : correspondants mécénat des DRAC et des institutions culturelles, des chambres de commerce et d'industrie, des notaires, et bientôt des experts comptables et des commissaires aux comptes.

Peut-on parler de professionnalisation du mécénat au sein des entreprises ?

Oui, l'évolution est nette, aussi bien dans les grandes entreprises internationales qui créent des services spécifiques ou des fondations que dans les PME, dont une sur deux a désigné aujourd'hui un interlocuteur interne sur le mécénat.

À quelles disciplines artistiques le mécénat profite-t-il le plus ?

D'après l'étude d'Admical (2002), la musique vient en tête, suivie des arts plastiques et des musées, de l'audiovisuel, puis du patrimoine. Le théâtre et la danse bénéficient moins du mécénat, mais les dispositions de la loi de 2003 en leur faveur devrait combler ce retard.

Que doit faire un artiste ou une compagnie en recherche de soutien ?

Bien comprendre (en se formant éventuellement) la nature du mécénat, qui est un partenariat et donc, ne se limite pas à une simple demande financière. Apprendre à connaître l'entreprise, et lui faire connaître son projet. S'appuyer sur les organismes de conseil existants (dont la Mission mécénat du ministère de la Culture et de la Communication), sur le réseau des 120 correspondants du mécénat des établissements culturels et des DRAC, prendre contact avec les correspondants du mécénat des CCI (liste disponible auprès de la Mission mécénat).

LA MISSION MÉCÉNAT DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

LES GRANDS MÉCÈNES DE L'AFAA EN 2004/2005

Accor / Air France / Air liquide / Airbus / Alcatel / Alsthom / Arcelor / Areva / BNP Paribas / Caisse des dépôts et consignations / Carrefour / CMA-CGM / CNP Assurances / Dassault industrie / EDF / France Télécom / Groupama / Laboratoires Pierre Fabre / Lagardère / L'Oréal / LVMH / Maison Ponsardin / Mécénat musical Société générale / Michelin / PSA Peugeot Citroën / Renault / Saint-Gobain / Schneider electric / Snecma /Société générale / Sodexho / Suez / Thales / Thomson / Total / Veolia environnement / Vinci



DOCUMENT 27

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DU BUDGET, DES COMPTES PUBLICS ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

Arrêté du 26 juin 2008 relatif à la justification des dons effectués au profit de certains organismes d'intérêt général mentionnés aux articles 200 et 885-0 V *bis* A du code général des impôts

NOR : *BCFL0812032A*

Le Premier ministre et le ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique,

Vu le code général des impôts, notamment ses articles 200 et 885-0 V *bis* A, ainsi que l'article 299 *nonies* de l'annexe III à ce code,

Arrêtent :

Art. 1er. – Les pièces justificatives prévues au premier alinéa du 5 de l'article 200 du code général des impôts et les attestations prévues à l'article 299 *nonies* de l'annexe III au même code sont établies conformément au modèle annexé au présent arrêté.

Art. 2. – L'arrêté du 1er décembre 2003 relatif à la justification des dons effectués au profit d'œuvres ou d'organismes visés à l'article 200-1 du code général des impôts est abrogé.

Art. 3. – Le directeur général des finances publiques est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 26 juin 2008.

Le Premier ministre,
Pour le Premier ministre et par délégation :
Le secrétaire général du Gouvernement,
SERGE LASVIGNES

Le ministre du budget, des comptes publics et de la fonction publique,
ERIC WOERTH





Annexe 1 : Extrait du décret n° 2004-692 du 12 juillet 2004 relatif à l'habilitation de certains organismes à recevoir des dons et à délivrer aux donateurs des attestations ouvrant droit à réduction d'impôt et complétant le livre des procédures fiscales (JO du 16 juillet 2004, p. 12 752)

Article 1er

La section VI du chapitre 1er du titre II de la deuxième partie du livre des procédures fiscales est complétée par les articles R* 80 C-1 àR* 80 C-4 ainsi rédigés :

Article R* 80 C-1 - La demande mentionnée à l'article L. 80 C, établie conformément à un modèle fixé par voie réglementaire, précise le nom de l'organisme et son adresse ainsi que l'identité du signataire. Elle fournit une présentation précise et complète de l'activité exercée par l'organisme ainsi que toutes les informations nécessaires pour permettre à l'administration d'apprécier si celui-ci relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

Article R* 80 C-2 - La demande mentionnée à l'article R* 80 C-1 est adressée, par pli recommandé avec demande d'avis de réception, à la direction des services fiscaux du siège de l'organisme. Elle peut également faire l'objet d'un dépôt contre décharge.

Article R* 80 C-3 - Si la demande mentionnée à l'article R* 80 C-1 ne permet pas d'apprécier la situation de l'organisme au regard des dispositions des articles 200 et 238 bis du code général des impôts, le directeur invite l'auteur de la demande, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, àfournir les éléments complémentaires nécessaires. Ces éléments sont produits dans les conditions prévues àl'article R* 80 C-2.

Article R* 80 C-4 - Le délai de six mois prévu à l'article L. 80 C court à compter de la réception de la demande ou, si les dispositions de l'article R* 80 C-3 ont été mises en œuvre, à compter de la réception des compléments demandés.

Annexe 2 : Modèle de demande relative à l'habilitation des organismes à recevoir des dons et délivrer des reçus fiscaux (Mise en œuvre des dispositions de l'article L. 80 C du livre des procédures fiscale)

I - Identification de l'auteur de la demande : nom, qualité, adresse, téléphone

II - Identification de l'organisme (joindre une copie des statuts)

- Dénomination
- Adresse du siège social (et des établissements ...)
- Objet statutaire
- Affiliation (fédération, groupement, fondation...)
- Imposition aux impôts commerciaux : si oui, lesquels ?

III - Composition et gestion de l'organisme

- Nombre de membres (personnes physiques, morales, autres...)
- Qualité des membres (droits de vote, convocations aux assemblées générales...)
- Noms, adresses et professions des dirigeants (préciser la fonction exercée au sein de l'organisme - montant par dirigeant des rémunérations et indemnités annuelles)
- Salariés : nombre, rémunération, avantage en nature, fonctions éventuelles au sein du conseil d'administration.

IV - Activités exercées

- Lieu d'exercice des activités
- Activités exercées (à titre permanent, occasionnel)
- Modalités d'exercice (bénéficiaires des opérations, prix pratiqués...)
- Description des projets en cours

V - Ressources de l'association

- Dons (indiquer le montant)
- Autres : cotisations, subventions, ventes, prestations (indiquer le montant par nature de ressource)
- Existence d'un secteur lucratif (préciser la nature de(s) (l')activité(s) lucrative(s) - la répartition et le pourcentage des ressources par catégorie (dons et autres) affectées au secteur lucratif et non lucratif, la part respective des effectifs ou des moyens consacrés respectivement à l'activité lucrative et à l'activité non lucrative)
- Y a-t-il une sectorisation entre le secteur lucratif et le secteur non lucratif ? Préciser les modalités pratiques de définition de cette distinction (comptabilité distincte, affectation des ressources et des charges entre les deux secteurs...)

VI - Observations complémentaires

Observations que vous jugerez utiles à l'appréciation de la situation de l'organisme au regard des articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

DOCUMENT 29



Jean-Jacques Aillagon
Président de l'Établissement public du musée et du domaine national de Versailles

---

Conférence de presse du 11 décembre 2007

Contacts presse

Hélène DALIFARD, Aurélie GEVREY
tél. : 01.30.83.77.01 et 77.03
presse@chateauversailles.fr





I - Les grands travaux de Versailles

Le 30 octobre 2003, lors d'une conférence de presse à Versailles, Christine Albanel, alors Présidente de l'Etablissement public du musée et du domaine national de Versailles, et Jean-Jacques Aillagon, alors ministre de la Culture et de la Communication, annonçaient la mise en œuvre du « Grand Versailles », un projet de développement et de travaux longtemps attendu, permettant de faire entrer Versailles dans le XXIe siècle. Étalé sur 17 ans et pour un coût de 500 millions d'euros, il s'agit du plus grand chantier que l'ancien domaine royal ait connu depuis Louis-Philippe.

Trois priorités y étaient annoncées :

- Rendre au Château son éclat d'origine grâce à de nombreuses restaurations dont celles des façades côté jardins et des toitures côté cour de Marbre, ainsi que celle du pavage de la cour Royale et la spectaculaire restitution de la grille Royale. La restauration des jardins commencée en 1990, a été accélérée depuis la tempête de décembre 1999.

- Mettre en sécurité l'ensemble du site en améliorant les dispositifs de sécurité des publics et des bâtiments, en rénovant les équipements techniques et en renforçant la protection du Château contre les risques d'intrusion et de vandalisme.

- Mieux accueillir les publics avec une offre de visite plus large et plus lisible, et une simplification des modalités d'accès, grâce à la libération d'espaces actuellement occupés par les services administratifs et scientifiques (Pavillon Dufour) ou en voie d'être rétrocédés par l'Assemblée nationale et le Sénat.

Les travaux déjà achevés

- Restauration du Jardin anglais de Trianon – fin 2006 budget 5 M€

La replantation complète du Jardin Champêtre de Marie-Antoinette et la recomposition étagée des masses d'arbres et d'arbustes, en conformité avec les plans d'origine, déclinent à nouveau une série de scènes paysagères et de tableaux composés autour des fabriques, dans une véritable mise en scène organisée depuis le Petit Trianon et s'ouvrant en percées profondes vers le Hameau de la Reine. La diversité botanique de cet extraordinaire jardin des dernières années de l'Ancien Régime a pu être retrouvée, à partir des descriptions de l'inventaire révolutionnaire établi en 1795.

- Rénovation des menuiseries de la façade sur jardins - janvier 2007 budget 8 M€



Les menuiseries (414 fenêtres et portes-fenêtres) sur lesquelles aucune intervention n'avait été conduite depuis le XIXᵉ siècle et dont la tempête de décembre 1999 a révélé l'extrême fragilité ont été rénovées. Ces menuiseries ont retrouvé la couleur ocre jaune qui fut la leur tout au long de l'Ancien Régime. Leur restauration a également permis d'améliorer la sécurité du public, par l'aménagement d'issues de secours, et de renforcer la protection du Château contre les risques d'intrusion.

- Restauration de la galerie des Glaces – juin 2007 budget 12 M€

Première restauration intégrale de la galerie des Glaces depuis sa création, réalisée dans le cadre d'un mécénat de compétences.
VINCI, Grand Mécène du Ministère de la Culture et de la Communication, a offert son expertise dans la conduite de projet et le savoir-faire de ses entreprises spécialisées dans le domaine du patrimoine : restauration des marbres et des bronzes, installations de chantier, ventilation, maçonnerie, électricité et mise en valeur par la lumière. Les autres lots de travaux ont été attribués à des entreprises indépendantes regroupées par Cinzia Pasquali, pour la restauration des peintures, des sculptures et des dorures, ou à Vincent Guerre pour les miroirs.

2 / Les travaux actuellement en cours

- Restauration de la grande façade du Château sur les jardins – novembre 2008 – budget 9 M€

Dans cette opération qui succède à celle de la restauration des menuiseries seront restitués les trophées d'armes en pierre sculptée couronnant l'étage d'attique. Ces ornements, détruits en 1810, ne furent que partiellement restitués à la fin du XIXᵉ siècle sur le corps central de l'aile du Nord. Leur complète restitution a rétabli dans son intégrité la superbe ordonnance de la façade du château sur le Parc. Parallèlement, les maçonneries sont également restaurées ainsi que les décors sculptés.

- Rétablissement de la grille Royale (fin des travaux juin 2008) et du pavage de la cour d'Honneur (fin des travaux avril 2008) – budget global 10 M€

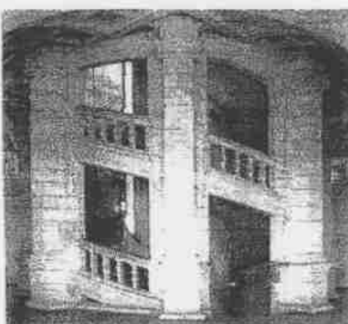
Ces travaux portent sur de nombreuses opérations distinctes :

- Le déplacement et la restauration de la statue équestre de Louis XIV.
- La restitution de la grille Royale et sa mise en lumière.
- Le rétablissement du niveau d'origine et la réfection du pavage de la cour Royale.
- Le déplacement et la restauration des groupes sculptés la Paix et l'Abondance.





Un mécénat pour Chambord


Escalier à double révolution du château de Chambord
© D.R.

30/4/08 – ***Patrimoine – Chambord, Château*** – Jeudi 29 avril, Emmanuelle Mignon, présidente du conseil d'administration du Domaine National de Chambord (également directrice de cabinet de Nicolas Sarkozy), signait, à l'Elysée, avec l'entreprise Lefèvre spécialisée dans la restauration des Monuments Historiques, un contrat de mécénat portant sur la restauration de l'escalier central du château. Il s'agit ici d'un mécénat de compétence, c'est-à-dire en nature, l'entreprise apportant son savoir-faire.

On soulignera que Patrick Ponsot, l'architecte en chef chargé de la maîtrise d'œuvre, est l'un des plus respectueux de l'authenticité des monuments et de la déontologie de la restauration, contrairement à certains de ses confrères. Il a précisé dans le point presse qu'il n'était pas question de changer une seule pierre de l'escalier ! Il a reconnu que celui-ci pouvait de prime abord sembler en bon état mais qu'il était en réalité très encrassé, n'ayant pas été restauré depuis 1889, date à laquelle il semble que toutes les marches ont été changées. Il s'agit de traiter l'escalier comme une sculpture monumentale.

L'établissement public de Chambord a planifié récemment la restauration complète du château sur une période de vingt ans, en y consacrant en tout 20 millions d'euros. Les urgences ont été planifiées, et l'escalier n'en faisait pas partie. Mais il est évident qu'un mécène est plutôt intéressé par des travaux portant sur une partie visible et spectaculaire. L'important est que ces travaux soient utiles et justifiés, ce qui est le cas ici.

Après une phase d'études et de diagnostic qui devrait être terminée à la fin de l'été, le chantier commencera en principe au mois d'octobre et se déroulera sur trois ans pendant la période d'hiver moins fréquentée. Le tout, qui représentera environ un mécénat équivalent à 500.000 €, devrait être achevé en 2011.

dessin

English version coming soon

Brève précédente - **Brève suivant**

Retour vers Nouvelles Brèves

Retour vers la page d'accueil

LeJournalduNet
http://www.journaldunet.com/management/dossiers/0611162-mecenat/tendances.shtml

DOCUMENT 31

Lancer l'impression

Mécénat : une bonne affaire
Le mécénat en chiffres

Selon une enquête Admical/CSA, une entreprise sur cinq fait du mécénat et plus de la moitié sont des PME. Quant aux domaines soutenus en priorité, la solidarité et la culture arrivent en tête. Les résultats détaillés de l'étude.

 Top 20 Sommaire Guide pratique 

Sommaire

L' Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial) et le CSA ont mené une enquête en mars 2006 auprès de 572 entreprises de 200 salariés et plus, selon la méthode des quotas. Une étude qui éclaire sur le type d'entreprises engagées dans le mécénat, la nature des projets, les secteurs d'activité les plus généreux, l'implication des salariés... En voici les principaux résultats.

Qui sont les entreprises mécènes ?

18 % des entreprises de plus de 200 salariés ont une politique de mécénat, soit environ 800 entreprises. Une part en augmentation d'autant plus frappante qu'elle ne constitue par définition pas une activité rémunératrice pour l'entreprise.

"Bien que peu spectaculaire, le mécénat de solidarité est en hausse : il dépasse cette année le mécénat culturel."

Jacques Rigaud, Admical



D'autre part, les plus généreuses ne sont pas toujours celles que l'on imagine. La répartition des entreprises mécènes par taille indique en effet que **53 % des sociétés mécènes sont des PME** (de 200 à 499 salariés). 15 % comptent 500 à 999 salariés, 32 % plus de 1.000.

Même si les services et l'industrie manufacturière regroupent à eux seuls les deux tiers des entreprises mécènes, le mécénat concerne désormais tous les secteurs d'activité : agro-alimentaire, énergie, transports, construction et commerce.

Répartition des entreprises mécènes par secteur d'activité (source : Admical/CSA)

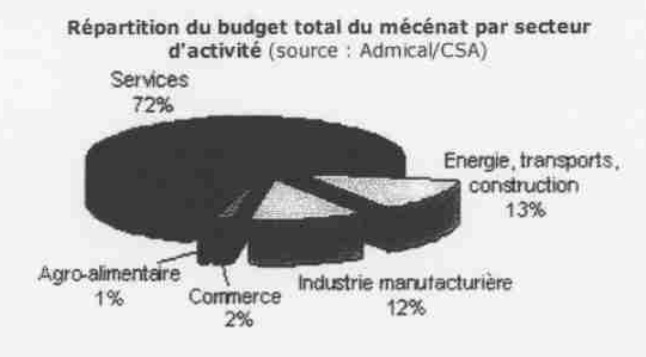


Pag 89

Enfin, **57 % des sociétés mécènes sont implantées en région**. Marianne Eshet, déléguée générale d'Admical, souligne en effet : "On connait surtout le mécénat des grands groupes du CAC 40, mais Admical est sollicité toutes les semaines pour aller en région". Le mécénat se rapproche des nouvelles attentes de l'entreprise face à la société : implantation dans son environnement, construction d'une identité positive, cohésion interne, valorisation de l'image en externe...

Les budgets consacrés au mécénat

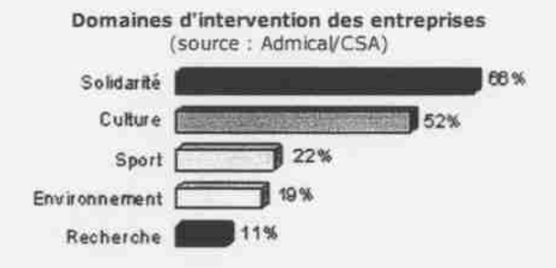
En 2005, les entreprises de plus de 200 personnes ont consacré **1 milliard d'euros** à des activités de mécénat. La **très nette prédominance des services** se confirme, puisque ce secteur a fourni à lui seul près des trois quarts de cette somme. Ainsi que le précise Marianne Eshet : "Les mécènes historiques que constituent les banques et les assurances y demeurent des contributeurs essentiels." En revanche, seulement 12 % du budget total émane de l'industrie manufacturière, qui représente pourtant 35 % des entreprises mécènes. Le secteur de l'énergie-transport-construction se montre beaucoup plus dynamique, puisque 11 % des entreprises mécènes fournissent 13 % du budget total.



L'observation du montant du mécénat en fonction de la taille de l'entreprise montre que si les grandes entreprises donnent près de 700 millions d'euros, **les PME fournissent tout de même 31 % du budget global**.

En hausse : la solidarité et le mécénat croisé

Le premier domaine où interviennent les entreprises mécènes (66 %) est la solidarité. Comme le note Jacques Rigaud, président d'Admical : "Bien que peu spectaculaire, le mécénat de solidarité est en hausse : il dépasse cette année le mécénat culturel". Une progression à imputer très certainement au tsunami de la fin de l'année 2004.



"La recherche et le sport commencent à prendre de l'importance", note Jacques Rigaud. La création des fondations de recherche, impulsée par le ministère de la Recherche, aura certainement stimulé l'intérêt des entreprises. Par ailleurs, elles sont de plus en plus à mettre en place des opérations de "mécénat croisé", qui associent actions sportives et solidaires. Car le sport sert très efficacement de vecteur d'insertion et d'éducation. "Auparavant inclus dans la catégorie "solidarité", le mécénat sportif prend aujourd'hui toute sa dimension", ajoute Jacques Rigaud. De plus, les actions en faveur du mécénat environnemental se développent maintenant souvent en cohérence avec la politique de développement durable.

Des salariés de plus en plus impliqués

Il existe plusieurs façons de pratiquer le mécénat. Certes, 88 % du mécénat d'entreprise prend aujourd'hui la forme de contribution financière. Mais le mécénat en nature (don de matériel, technologie, prêt de locaux, espace média...) et le mécénat de compétences (mise à disposition de salariés) se développent d'année en

page 90

année. En 2005, **31 % des entreprises mécènes pratiquaient le mécénat en nature, et autant le mécénat de compétences**.

> "La multiplication des fondations prouve que le mécénat s'inscrit de plus en plus dans la stratégie long terme des entreprises."
>
> **Jacques Rigaud**

D'autres formes d'implication des salariés se font jour, telles que le bénévolat, le parrainage, les congés solidaires ou le volontariat, particulièrement dans le cadre de projets de solidarité. Autant d'actions qui contribuent à inscrire le mécénat dans la stratégie de communication interne de l'entreprise.

La loi du 1er août 2003 favorise l'augmentation des budgets

Au titre de 2005, ce sont 55 % des entreprises pratiquant le mécénat qui vont bénéficier de la réduction d'impôt liée à la loi du 1er août 2003. Pour Marianne Eshet, "si cet avantage fiscal n'est pas considéré comme déclencheur de l'acte de mécénat, il l'accélère incontestablement, notamment chez les PME, qui n'auraient pas pensé sinon avoir les moyens de faire du mécénat". Tendance confirmée par l'enquête Admical/CSA, puisque la moitié des entreprises annoncent leur intention d'augmenter leur budget de mécénat.

Enfin, sur les 210 fondations existantes à ce jour, 90 ont vu le jour depuis 2004. "Or, explique Jacques Rigaud, c'est un mode d'expression du mécénat qui permet d'inscrire l'action dans la durée. Cette multiplication des fondations prouve donc que le mécénat s'inscrit de plus en plus dans la stratégie long terme des entreprises."

 Top 20 Sommaire Guide pratique 

Un témoignage, une question, un commentaire sur ce dossier ?
Réagissez

Dossier réalisé par Flore Fauconnier

Lancer l'impression

Page 91

DOCUMENT 32

« Les personnes qui auront acquis, dans la période précédant l'inscription mentionnée au premier alinéa et conformément aux dispositions législatives précitées, le droit d'exercer contre rémunération une des fonctions mentionnées au premier alinéa du I de l'article L. 363-1, conservent ce droit. »

Article 13

Les dispositions de la présente loi sont applicables à Mayotte.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 1er août 2003.

JACQUES CHIRAC

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
JEAN-PIERRE RAFFARIN

Le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales,
NICOLAS SARKOZY

Le ministre de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche,
LUC FERRY

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,
FRANCIS MER

Le ministre de la santé, de la famille et des personnes handicapées,
JEAN-FRANÇOIS MATTEI

Le ministre de la culture et de la communication,
JEAN-JACQUES AILLAGON

Le ministre de la fonction publique, de la réforme de l'Etat et de l'aménagement du territoire,
JEAN-PAUL DELEVOYE

La ministre de l'outre-mer,
BRIGITTE GIRARDIN

Le ministre des sports,
JEAN-FRANÇOIS LAMOUR

(1) Loi n° 2003-708.

– *Travaux préparatoires :*

Sénat :

Projet de loi n° 336 ;

Rapport de M. Murat, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 347 ;

Discussion et adoption le 16 juin 2003.

Assemblée nationale :

Projet de loi, adopté par le Sénat, n° 939 ;

Rapport de M. Bernard Depierre, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 988 ;

Discussion et adoption le 16 juillet 2003.

Sénat :

Projet de loi, modifié par l'Assemblée nationale en première lecture, n° 412 ;

Rapport de M. Bernard Murat, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 414 ;

Discussion et adoption le 22 juillet 2003.

– *Conseil constitutionnel :*

Décision n° 2003-481 DC du 30 juillet 2003 publiée au *Journal officiel* de ce jour.

LOI n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (1)

NOR : *MCCX0300015L*

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1er

I. – L'article 200 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Dans le premier alinéa du 1, le taux : « 50 % » est remplacé par le taux : « 60 % » et le taux : « 10 % » est remplacé par le taux : « 20 % » ;

2° Le *a* du 1 est ainsi rédigé :

« *a)* De fondations ou associations reconnues d'utilité publique et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondations d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au *b* ; »

3° Après le sixième alinéa du 1, il est inséré un *f* ainsi rédigé :

« *f)* D'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre principal, à la fourniture gratuite des soins mentionnés au 1° du 4 de l'article 261 à des personnes en difficulté. » ;

4° Au septième alinéa du 1, le mot : « sixième » est remplacé par le mot : « septième » ;

5° Après le 1, il est inséré un 1 *bis* ainsi rédigé :

« 1 *bis.* Pour l'application des dispositions du 1, lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20 %, l'excédent est reporté successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions. » ;

6° Le 4 est abrogé ;

7° Au 5, les mots : « des 1 et 4 » sont remplacés par les mots : « du 1 ».

II. – Les dispositions du I s'appliquent aux dons et versements effectués à compter du 1er janvier 2003.

III. – L'article L. 80 C du livre des procédures fiscales est ainsi rétabli :

« *Art. L. 80 C.* – L'amende fiscale prévue à l'article 1768 *quater* du code général des impôts n'est pas applicable lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois à un organisme qui a demandé, dans les mêmes conditions que celles prévues à l'avant-dernier alinéa du 2° de l'article L. 80 B, s'il relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 *bis* du code général des impôts.

« Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du présent article. »

Article 2

L'article 757 du code général des impôts est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Ces dispositions ne s'appliquent pas aux dons manuels consentis aux organismes d'intérêt général mentionnés à l'article 200. »

Article 3

Après l'article 4 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, il est inséré un article 4-1 ainsi rédigé :

« *Art. 4-1.* – Les associations et fondations reconnues d'utilité publique, les associations qui ont pour but exclusif l'assistance, la bienfaisance, la recherche scientifique ou médicale ainsi que tout organisme bénéficiaire de dons de personnes physiques ou morales ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'Etat, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de dons de 153 000 € par an. »

Page 92

Article 4

Dans l'article 18-1 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée, les mots : « cinq ans » sont remplacés par les mots : « dix ans ».

Article 5

I. – Au III de l'article 219 *bis* du code général des impôts, la somme : « 15 000 € » est remplacée par la somme : « 50 000 € ».

II. – Les dispositions du I sont applicables à l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.

Article 6

I. – L'article 238 *bis* du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le 1 est ainsi rédigé :

« 1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements, pris dans la limite de 5 ‰ du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit :

« *a)* D'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philantropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel où à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises, notamment quand ces versements sont faits au bénéfice d'une fondation d'entreprise, même si cette dernière porte le nom de l'entreprise fondatrice. Ces dispositions s'appliquent même si le nom de l'entreprise versante est associé aux opérations réalisées par ces organismes ;

« *b)* De fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou des musées de France et répondant aux conditions fixées au *a*, ainsi que d'associations cultuelles ou de bienfaisance qui sont autorisées à recevoir des dons et legs et des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle. La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique. Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure permettant de l'accorder ;

« *c)* Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique, publics ou privés, à but non lucratif, agréés par le ministre chargé du budget ainsi que par le ministre chargé de l'enseignement supérieur ou par le ministre chargé de la culture ;

« *d)* Des sociétés ou organismes publics ou privés agréés à cet effet par le ministre chargé du budget en vertu de l'article 4 de l'ordonnance n° 58-882 du 25 septembre 1958 relative à la fiscalité en matière de recherche scientifique et technique ;

« *e)* D'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale l'organisation de festivals ayant pour objet la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des œuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence.

« Les organismes mentionnés au *b* peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'œuvres ou d'organismes mentionnés au *a*.

« Lorsque la limite fixée au premier aliéna est dépassée au cours d'un exercice, l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants, après prise en compte des versements effectués au titre de chacun de ces exercices, sans qu'il puisse en résulter un dépassement du plafond défini au premier alinéa.

« La limite de 5 ‰ du chiffre d'affaires s'applique à l'ensemble des versements effectués au titre du présent article.

« Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable. » ;

2° Les 2, 3 et 5 sont abrogés.

II. – 1. L'article 200 *bis* du même code est ainsi rédigé :

« *Art. 200* bis. – La réduction d'impôt prévue à l'article 238 *bis* est imputée sur l'impôt sur le revenu dû au titre de l'année au cours de laquelle les dépenses ont été réalisées. L'excédent éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur le revenu dû au titre des cinq années suivant celle au titre de laquelle elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article. »

2. Après l'article 220 D du même code, il est inséré un article 220 E ainsi rédigé :

« *Art. 220 E.* – La réduction d'impôt définie à l'article 238 *bis* est imputée sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les dépenses ont été réalisées. L'excédent éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur les sociétés dû au titre des cinq exercices suivant celui au titre duquel elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article. »

III. – Les articles 238 *bis* A et 238 *bis* AA du même code sont abrogés.

IV. – L'article 238 *bis* AB du même code est ainsi modifié :

1° Les deuxième et troisième alinéas sont ainsi rédigés :

« La déduction ainsi effectuée au titre de chaque exercice ne peut excéder la limite mentionnée au premier alinéa du 1 de l'article 283 *bis*, minorée du total des versements mentionnés au même article.

« Pour bénéficier de la déduction prévue au premier alinéa, l'entreprise doit exposer dans un lieu accessible au public le bien qu'elle a acquis pour la période correspondant à l'exercice d'acquisition et aux quatre années suivantes. » ;

2° Après le troisième alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Sont également admises en déduction dans les conditions prévues au premier alinéa les sommes correspondant au prix d'acquisition d'instruments de musique. Pour bénéficier de la déduction, l'entreprise doit s'engager à prêter ces instruments à titre gratuit aux artistes-interprètes qui en font la demande. » ;

3° Dans la deuxième phrase du quatrième alinéa, après les mots : « de l'œuvre », sont insérés les mots : « ou de l'instrument ».

V. – Les dispositions des I à IV s'appliquent aux versements effectués au cours des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.

VI. – Les excédents de versement constatés au cours d'exercices antérieurs à ceux ouverts à compter du 1er janvier 2003 et qui n'ont pas été déduits du résultat imposable peuvent donner lieu à réduction d'impôt, dans les conditions prévues au huitième alinéa du 1 de l'article 238 *bis* du code général des impôts, au titre des cinq exercices suivant leur constatation.

VII. – Le 1 de l'article 223 O du code général des impôts est complété par un *e* ainsi rédigé :

« *e)* Des réductions d'impôt dégagées par chaque société du groupe en application de l'article 238 *bis*. »

Article 7

L'article 1469 du code général des impôts est complété par un 5° ainsi rédigé :

« 5° Il n'est pas tenu compte de la valeur locative des œuvres d'art acquises par les entreprises dans le cadre des articles 238 *bis* AB et 238 *bis*-0 AB. »

page 93

Article 8

L'article 788 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le II est ainsi rédigé :

« II. – Pour la perception des droits de mutation par décès, il est effectué un abattement sur la part nette de tout héritier, donataire ou légataire correspondant à la valeur des biens reçus du défunt, évalués au jour du décès et remis par celui-ci à une fondation reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au *b* du 1 de l'article 200 ou aux sommes versées par celui-ci à une association reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au *b* du 1 de l'article 200, à l'Etat ou à un organisme mentionné à l'article 794 en remploi des sommes, droits ou valeurs reçus du défunt. Cet abattement s'applique à la double condition :

« 1° Que la libéralité soit effectuée, à titre définitif et en pleine propriété, dans les six mois suivant le décès ;

« 2° Que soient jointes à la déclaration de succession des pièces justificatives répondant à un modèle fixé par un arrêté du ministre chargé du budget attestant du montant et de la date de la libéralité ainsi que de l'identité des bénéficiaires.

« L'application de cet abattement n'est pas cumulable avec le bénéfice de la réduction d'impôt sur le revenu prévue à l'article 200. » ;

2° Il est complété par un III ainsi rédigé :

« III. – A défaut d'autre abattement, à l'exception de celui mentionné au II, un abattement de 1 500 € est opéré sur chaque part successorale. »

Article 9

L'article 1727 A du code général des impôts est complété par un 5 ainsi rédigé :

« 5. Lorsque la convention prévue au premier alinéa de l'article 795 A prend fin dans les conditions définies par les dispositions types mentionnées au même alinéa, l'intérêt de retard est calculé à compter du premier jour du mois suivant celui au cours duquel la convention a pris fin. »

Article 10

Le I de l'article 794 du code général des impôts est ainsi rédigé :

« I. – Les régions, les départements, les communes, leurs établissements publics et les établissements publics hospitaliers sont exonérés des droits de mutation à titre gratuit sur les biens qui leur adviennent par donation ou succession affectés à des activités non lucratives. »

Article 11

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut toutefois recevoir des dons effectués par les salariés de l'entreprise fondatrice. »

Article 12

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut également recevoir des dons effectués par les salariés des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A du code général des impôts, auquel appartient l'entreprise fondatrice. »

Article 13

Après l'article L. 432-9 du code du travail, il est inséré un article L. 432-9-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 432-9-1.* – Les salariés sont informés de la politique de l'entreprise concernant ses choix de mécénat et de soutien aux associations et aux fondations. »

Article 14

I. – Dans le premier alinéa de l'article 238 *bis*-0 A du code général des impôts, les mots : « avant le 31 décembre 2006 » sont supprimés.

II. – Après le premier alinéa du même article, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Cette réduction d'impôt est également applicable, après avis motivé de la commission prévue à l'article 7 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée, aux versements effectués en faveur de l'achat des biens culturels situés en France ou à l'étranger dont l'acquisition présenterait un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie. »

III. – Le *d* de l'article 238 *bis*-0 AB du même code est complété par les mots : « , d'un service public d'archives ou d'une bibliothèque relevant de l'Etat ou placée sous son contrôle technique ».

Article 15

L'article L. 111-8 du code des juridictions financières est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« La Cour des comptes peut contrôler, dans des conditions prévues par un décret en Conseil d'Etat, la conformité entre les objectifs des organismes visés à l'article 4-1 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat et les dépenses financées par les dons ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés. »

Article 16

Le dernier alinéa de l'article 11 de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association est supprimé.

Article 17

Après l'article 79 du code civil local, sont insérés trois articles 79-I à 79-III ainsi rédigés :

« *Art. 79-I.* – Les associations ayant fait l'objet d'un retrait de capacité juridique ou d'une dissolution sont radiées du registre des associations par le tribunal d'instance. Il en est de même des associations pour lesquelles le tribunal d'instance constate qu'elles ont cessé toute activité et ne possèdent plus de direction depuis plus de cinq ans.

« *Art. 79-II.* – Chaque fois qu'une disposition législative ou réglementaire prévoit qu'une activité peut se développer dans le cadre d'une association déclarée constituée sur le fondement de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association, il y a lieu de lire cette référence comme visant également les associations inscrites constituées sur le fondement du code civil local.

« *Art. 79-III.* – L'ensemble des droits et avantages attribués aux associations reconnues d'utilité publique bénéficie également aux associations régies par le code civil local dont la mission aura été reconnue d'utilité publique conformément au I de l'article 80 de la loi de finances pour 1985 (n° 84-1208 du 29 décembre 1984). »

Article 18

L'article 77 du code civil local est ainsi rédigé :

« *Art. 77.* – Sont fixées par décret les mesures d'exécution des articles 55 à 79-I, notamment en vue de préciser les modalités d'instruction des demandes d'inscription et de tenue du registre des associations, ainsi que pour définir les conditions dans lesquelles les associations peuvent être radiées du registre des associations en application de l'article 79-I. »

Article 19

I. – Le second alinéa de l'article 61 du code civil local est ainsi rédigé :

Page 94

« L'autorité administrative peut faire opposition contre l'inscription lorsque les buts de l'association sont contraires aux lois pénales réprimant les crimes et délits ou lorsque l'association aurait pour but de porter atteinte à l'intégrité du territoire et à la forme républicaine du Gouvernement. »

II. – L'article 63 du même code est ainsi rédigé :

« *Art. 63.* – L'opposition doit être formée dans un délai de six semaines à compter de la communication de la déclaration. Passé ce délai, le tribunal inscrit l'association sur le registre prévu à cet effet. »

Article 20

I. – Au début de l'article 21 du code civil local, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Les associations peuvent se former librement. »

II. – A l'article 25 du même code, les mots : « ayant la capacité juridique » sont supprimés.

III. – L'article 42 du même code est ainsi rédigé :

« *Art. 42.* – Lorsque l'association est dans l'impossibilité de faire face au passif exigible avec son actif disponible, la direction doit requérir l'ouverture de la procédure de redressement ou de liquidation judiciaires. En cas de retard dans le dépôt de la demande d'ouverture, les membres de la direction auxquels une faute est imputable sont responsables envers les créanciers du dommage qui en résulte. Ils sont tenus comme débiteurs solidaires. »

IV. – L'article 54 du même code est ainsi rédigé :

« *Art. 54.* – Seul le patrimoine affecté à l'association non inscrite garantit les dettes contractées au nom de cette association. Toutefois, l'auteur d'actes juridiques accomplis envers les tiers au nom d'une telle association est tenu personnellement ; si ces actes sont accomplis par plusieurs personnes, celles-ci sont tenues comme débiteurs solidaires. Pour le surplus, il y a lieu d'appliquer les règles régissant la société civile en participation. »

Article 21

La loi locale du 19 avril 1908 sur les associations, l'ordonnance locale du 22 avril 1908 prise pour l'application de la loi du 19 avril 1908 sur les associations, l'article 23, le dernier membre de phrase du second alinéa de l'article 33, le deuxième alinéa de l'article 43, l'article 44, l'article 77 et la seconde phrase du premier alinéa de l'article 78 du code civil local régissant le droit des associations dans les départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de la Moselle sont abrogés.

Article 22

L'article 302 *bis* KD du code général des impôts est ainsi rédigé :

« *Art. 302* bis *KD.* – 1. Il est institué, à compter du 1er juillet 2003, une taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision.

« 2. La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour l'émission et la diffusion de leurs messages publicitaires à partir du territoire français.

« Elle est due par les personnes qui assurent la régie de ces messages publicitaires.

« Elle est déclarée et liquidée :

« – pour les opérations réalisées au cours du premier semestre 2003, sur la déclaration déposée en juillet 2003 en application du 1 de l'article 287 ;

« – pour les opérations suivantes, sur une déclaration mentionnée au 1 de l'article 287.

« Cette déclaration est déposée avant le 25 du mois suivant la fin de chaque trimestre civil ou, pour les redevables placés sous le régime simplifié d'imposition prévu à l'article 302 *septies* A, avant le 30 avril de chaque année ou, sur option, pour ceux de ces redevables dont l'exercice comptable ne coïncide pas avec l'année civile, dans les trois mois de la clôture de l'exercice.

« La taxe est acquittée lors du dépôt de ces déclarations.

« 3. Le tarif d'imposition par palier de recettes semestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit pour le premier semestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée :

RECETTES SEMESTRIELLES (en euros)	MONTANT DE LA TAXE (en euros)
De 92 000 à 458 000	1 052
De 458 001 à 914 000	2 628
De 914 001 à 1 830 000	5 522
De 1 830 001 à 2 744 000	9 468
De 2 744 001 à 4 573 000	15 778
De 4 573 001 à 6 402 000	24 984
De 6 402 001 à 9 146 000	35 764
De 9 148 001 à 13 720 000	52 594
De 13 720 001 à 18 294 000	76 262
De 18 294 001 à 27 440 000	108 870
De 27 440 001 à 36 588 000	152 526
De 36 588 001 à 45 734 000	205 120
De 45 734 001 à 54 882 000	252 456
De 54 882 001 à 64 028 000	299 790
De 64 028 001 à 73 176 000	347 126
De 73 176 001 à 82 322 000	394 462
De 82 322 001 à 91 470 000	441 798
De 91 470 001 à 100 616 000	489 132
De 100 616 001 à 109 764 000	536 468
De 109 764 001 à 118 910 000	583 804
De 118 910 001 à 128 058 000	631 138
Au-dessus de 128 058 000	688 994

« 2° Pour la publicité télévisée :

RECETTES SEMESTRIELLES (en euros)	MONTANT DE LA TAXE (en euros)
De 914 001 à 1 830 000	6 000
De 1 830 001 à 4 574 000	14 000
De 4 574 001 à 9 146 000	36 000
De 9 146 001 à 18 294 000	82 000
De 18 294 001 à 36 588 000	185 000
De 36 588 001 à 54 882 000	366 000
De 54 882 001 à 73 176 000	570 000
De 73 176 001 à 91 470 000	736 000
De 91 470 001 à 109 764 000	910 000
De 109 764 001 à 128 058 000	1 091 000
De 128 058 001 à 146 352 000	1 259 000
De 146 352 001 à 164 644 000	1 435 000
De 164 644 001 à 182 938 000	1 612 000
De 182 938 001 à 201 232 000	1 789 000
De 201 232 001 à 219 526 000	1 965 000
De 219 526 001 à 237 820 000	2 142 000
De 237 820 001 à 256 114 000	2 318 000
De 256 114 001 à 274 408 000	2 860 000
Au-dessus de 274 408 000	2 840 000

« 4. Le tarif d'imposition par palier de recettes trimestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit à compter du troisième trimestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée :

RECETTES TRIMESTRIELLES (en euros)	MONTANT DE LA TAXE (en euros)
De 46 000 à 229 000	526
De 229 001 à 457 000	1 314
De 457 001 à 915 000	2 761
De 915 001 à 1 372 000	4 734
De 1 372 001 à 2 286 000	7 889
De 2 286 001 à 3 201 000	12 492

Page 95

RECETTES TRIMESTRIELLES (en euros)	MONTANT DE LA TAXE (en euros)
De 3 201 001 à 4 573 000	17 882
De 4 573 001 à 6 860 000	26 297
De 6 860 001 à 9 147 000	38 131
De 9 147 001 à 13 720 000	54 435
De 13 720 001 à 18 294 000	76 263
De 18 294 001 à 22 867 000	102 560
De 22 867 001 à 27 441 000	126 228
De 27 441 001 à 32 014 000	149 695
De 32 014 001 à 36 588 000	173 563
De 36 588 001 à 41 161 000	197 231
De 41 161 001 à 45 735 000	220 889
De 45 735 001 à 50 308 000	244 566
De 50 308 001 à 54 882 000	268 234
De 54 882 001 à 59 455 000	291 902
De 59 455 001 à 64 029 000	315 569
Au-dessus de 64 029 000	344 497

« 2° Pour la publicité télévisée :

RECETTES TRIMESTRIELLES (en euros)	MONTANT DE LA TAXE (en euros)
De 457 001 à 915 000	3 000
De 915 001 à 2 287 000	7 000
De 2 287 001 à 4 573 000	18 000
De 4 573 001 à 9 147 000	41 000
De 9 147 001 à 18 294 000	92 500
De 18 294 001 à 27 441 000	183 000
De 27 441 001 à 36 588 000	285 000
De 36 588 001 à 45 735 000	368 000
De 45 735 001 à 54 882 000	455 000
De 54 882 001 à 64 029 000	545 500
De 64 029 001 à 73 176 000	629 500
De 73 176 001 à 83 322 000	717 500
De 83 322 001 à 91 469 000	806 000
De 91 469 001 à 100 616 000	894 500
De 100 616 001 à 109 763 000	982 500
De 109 763 001 à 118 910 000	1 071 000
De 118 910 001 à 128 057 000	1 159 000
De 128 057 001 à 137 204 000	1 330 000
Au-dessus de 137 204 000	1 420 000

« 5. La taxe est recouvrée et contrôlée selon les procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

Article 23

L'article L. 3323-6 du code de la santé publique est ainsi rédigé :

« *Art. L. 3323-6.* – Le ou les initiateurs d'une opération de mécénat peuvent faire connaître leur participation par la voie exclusive de mentions écrites dans les documents diffusés à l'occasion de cette opération ou libellées sur des supports disposés à titre commémoratif à l'occasion d'opérations d'enrichissement ou de restauration du patrimoine naturel ou culturel. »

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 1er août 2003.

JACQUES CHIRAC

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
JEAN-PIERRE RAFFARIN

Le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales,
NICOLAS SARKOZY

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,
FRANCIS MER

Le ministre de la culture et de la communication,
JEAN-JACQUES AILLAGON

Le ministre délégué au budget et à la réforme budgétaire,
ALAIN LAMBERT

---

(1) *Travaux préparatoires :* loi n° 2003-709.

Assemblée nationale :

Projet de loi n° 678 ;

Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, n° 690 ;

Discussion et adoption le 1er avril 2003.

Sénat :

Projet de loi, adopté par le l'Assemblée nationale, n° 234 (2002-2003) ;

Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, n° 278 (2002-2003) ;

Avis de M. Philippe Nachbar, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 279 (2002-2003) ;

Discussion et adoption le 13 mai 2003.

Assemblée nationale :

Projet de loi, modifié par le Sénat, n° 834 ;

Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, n° 993 ;

Discussion et adoption le 16 juillet 2003.

Sénat :

Projet de loi, adopté avec modification par l'Assemblée nationale, n° 413 (2002-2003) ;

Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, n° 415 (2002-2003) ;

Discussion et adoption le 21 juillet 2003.

LOI n° 2003-710 du 1er août 2003 d'orientation et de programmation pour la ville et la rénovation urbaine (1)

NOR : VILX0300056L

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

TITRE Ier

POLITIQUE DE LA VILLE ET RÉNOVATION URBAINE

CHAPITRE Ier

Réduction des inégalités dans les zones urbaines sensibles

Article 1er

En vue de réduire les inégalités sociales et les écarts de développement entre les territoires, l'Etat, les collectivités territoriales et leurs établissements publics respectifs élaborent et mettent en œuvre, par décisions concertées ou par voie de conventions, des programmes d'action dans les zones urbaines sensibles définies au 3 de l'article 42 de la loi n° 95-115 du 4 février 1995 d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire. Lors de l'élaboration de ces programmes d'action, sont consultés, à leur demande, un représentant des organismes visés à l'article L. 411-2 du code de la construction et de l'habitation et un représentant des sociétés d'économie mixte intéressées. Les objectifs à atteindre au niveau national sont définis par l'annexe 1 de la présente loi.

Ces programmes d'action, qui tiennent compte du programme local de l'habitat s'il existe, fixent, pour chaque zone et sur une période de cinq ans, des objectifs de résul-

page 96

DOCUMENT 33



Mécénat - Maja Hoffmann offre un autre avenir à Arles

Silvie Ariès, le jeudi 10 juillet 2008 à 04:00



Elle n'aime pas parler d'elle. Pas sûr même que Maja Hoffmann soit heureuse, en ce moment, dans sa ville natale d'Arles où son nom circule sur toutes les lèvres. Mais elle joue le jeu, assume son choix « qui n'est encore qu'un rêve. Il y a tout à construire », dit-elle. Tout, soit « une cité de l'image » sur les huit hectares de friche industrielle des anciens ateliers SNCF, à deux pas du centre historique. Sa fondation suisse Luma, dédiée à l'art et à la culture, en sera à la fois l'âme et la pierre angulaire. Le coût de l'opération dépassera les 100 millions d'euros. Pour qu'un geste architectural scelle cette dimension, elle a fait appel au Californien Frank Gehry, créateur du musée Guggenheim de Bilbao (Espagne), notamment, qui signe aussi les plans de la fondation Louis-Vuitton à Paris. En ouverture des Rencontres de la photographie qui se tiennent jusqu'au 14 septembre à Arles, Maja Hoffmann, qui en est l'une des administratrices, a dévoilé une ébauche de maquette et insisté sur la philosophie de cet investissement considérable.

Une crèche, et même une gare !

Ce projet, qui devrait définitivement changer le visage d'Arles, est à l'image des préoccupations de cette femme de 52 ans, éprise d'art et de photographie depuis l'adolescence, très attentive à la ville

et à l'environnement : « Il y a eu des idées convergentes, la précarité constante des Rencontres, en recherche d'un lieu et d'une permanence à l'année, puis les éditions Actes Sud qui voulaient s'installer ici. La fondation Luma voulait aussi créer un lieu de réflexion, une résidence d'artistes, un espace où conserver les archives des photographes. »

Avec ses bâtiments caractéristiques de l'architecture industrielle, abrités par un mur derrière lequel des milliers d'Arlésiens ont travaillé durant plus d'un demi-siècle, le site paraissait idéal. Maja Hoffmann veut l'ouvrir, créer un parc « où les gens viendront ». Pas question d'en faire un endroit dévolu aux seuls artistes : « Je veux un lieu vivant, pour les Arlésiens ! » Ainsi souhaite-t-elle des jardins, l'implantation d'une crèche, de commerces, de logements, d'un cinéma et même d'une gare. Consciente de l'immensité de la tâche, elle s'autorise malgré tout un rêve supplémentaire : au sommet du bâtiment de Frank Gehry, elle imagine un restaurant qui ouvrirait sur le Rhône et la Camargue. « C'est important, glisse-t-elle, il se passe tant de choses dans ce delta ! »

Le maire s'est pincé pour y croire

Autour de la maquette, on écarquille les yeux. Mme Hoffmann relativise : « Ce n'est qu'une proposition, un début. Nous avons travaillé un an. Nous écoutons les gens. » L'architecte Frank Gehry précise vouloir « créer un dialogue avec la ville, une cohérence entre les lieux, savoir comment s'insérer dans ce paysage. Ce ne sera pas un Guggenheim : il viendra de Maja et d'Arles ». « Je ne le fais pas toute seule, objecte celle qui préfère se dire productrice plutôt que mécène. Je n'arrive pas en disant : je donne. Je cherche des partenaires qui vont dans la même direction. Il faut d'autres énergies. » Hervé Schiavetti, le maire d'Arles, va consacrer la sienne au projet. Dans *La Provence*, il rappelle que la cité disposait d'une friche de 15 hectares, « appartenant à la SNCF, laquelle n'avait jamais voulu la vendre. La région nous a permis d'en acquérir une grande partie pour un pôle universitaire, puis Maja Hoffmann y a imaginé une fondation unique en Europe, dans laquelle elle investit ! C'est fabuleux… »

Une grande coulée verte… »

Frank Gehry, son associé Edwin Chan et Maja Hoffmann n'ont présenté qu'une ébauche du projet. La fondation Luma, qui acquiert une grande partie du site pour préserver sa cohérence, s'installera dans l'ancien atelier de mécanique pour créer le centre d'archives photographiques et « les sauvegarder ». Le bâtiment conçu par Frank Gehry abritera, entre autres, résidence d'artistes, bibliothèque et salle d'exposition. Mme Hoffmann veut également soigner l'environnement : « Je vois cela comme une grande coulée verte où l'on pourra circuler comme dans un jardin. » Il est également prévu de construire une passerelle traversant la voie ferrée pour relier le site au centre universitaire en plein essor. Achèvement des travaux envisagé en 2011.

Les Hoffmann, une longue tradition de mécénat

Dans la famille Hoffmann, fondatrice des laboratoires pharmaceutiques Hoffman-La Roche à Bâle, on sait que l'on peut tout perdre. Vite. Et tout reconstruire. Il y a donc une culture du mécénat, comme s'il était capital de toujours faire émerger, autant qu'on le peut, projets et idées. La Provence doit à Luc Hoffmann, le père, un formidable travail en faveur de l'environnement en Camargue – il a notamment créé la station biologique de la Tour du Valat. Maja Hoffmann poursuit

Page 98

la tradition. Eprise de photographie, elle est membre de plusieurs fondations et collectionneur. Dans sa logique de partage réel, elle se préoccupe d'éducation, de culture, d'environnement, qu'elle soit à Bâle, New York ou Arles. Son projet dans les Bouches-du-Rhône ne relève ni d'une stratégie de communication ni d'un caprice. Il s'inscrit dans la durée pour permettre aux Rencontres de la photographie d'exister toute l'année, aux Arlésiens de profiter jour et nuit d'un site qui leur appartient, et à l'Ecole nationale de la photo de rester en lien permanent avec les artistes.

Edition France Soir du jeudi 10 juillet 2008 n°19845 page 8



Exemple de convention de mécénat

ENTRE LES SOUSSIGNES

- *Nom et coordonnées de l'organisme bénéficiaire du mécénat, nom de la personne représentant l'organisme.*

Ex : le Musée... , ayant son siège à (adresse), numéro de SIRET, représenté par (nom, prénom et fonction), ci-après dénommé « Le Musée ».

D'une part

ET

- *Nom et coordonnées de l'entreprise mécène*

Ex : La S.A. ..., ayant son siège à (adresse), numéro de SIRET, représenté par (nom, prénom et fonction), ci- après dénommée « L'entreprise ».

D'autre part

IL EST ARRETE CE QUI SUIT :

ARTICLE 1 : Objet du contrat

L'Entreprise apporte son soutien en (année : 2008 par ex.) à (description détaillée de l'action ou des actions faisant l'objet de la présente convention)

ARTICLE 2 : Acte de mécénat

2.1. Montant :

L'Entreprise mettra à la disposition de (structure culturelle) une somme s'élevant à (montant en chiffres et en lettres) conformément à l'objet du présent contrat précisé à l'article 1.

2.2. L'échéancier

Préciser le calendrier de versement de la somme (versement global ou échelonné).

ARTICLE 3 : L'organisme bénéficiaire émettra un « reçu fiscal » au titre du présent don.

ARTICLE 4 : Contreparties de l'acte de mécénat

(Préciser ici les contreparties, limitées à 25 % du montant du don, telles qu'elles ont été négociées entre les deux parties. Ce qui suit est donné à titre d'exemple)

4.1. Diffusion de l'image de l'Entreprise sur les supports de communication de (structure culturelle)

(Préciser en détail la nature des contreparties : présence du logo (programmes, catalogues, site internet, etc.) et autres messages)

4 .2. Accès privilégié à des manifestations

(Préciser les entrées offertes à l'Entreprise : nombre, dates, etc.)

4.3. Mise à disposition d'espaces

(préciser les conditions de la mise à disposition d'espaces)

ARTICLE 5 : Droits d'auteur, à préciser le cas échéant

ARTICLE 6 : Assurances : bien préciser qui paie les assurances nécessaires

ARTICLE 7 : Durée de la présente convention

Préciser la durée de la convention, fixée à partir de la date de signature

ARTICLE 8 : Litige

(ce qui suit est à titre d'exemple)

8.1. En cas de litige s'élevant en relation avec l'exécution du présent contrat, les parties s'obligent à une phase préliminaire de conciliation pendant une période d'un mois.

8.2. Au cas où aucune solution amiable ne pourrait intervenir au cours de la phase de conciliation précitée, les parties conviennent de soumettre tout litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution du présent contrat, au Tribunal (préciser lequel) auquel il est fait attribution de juridiction par les présentes.

Fait à.., le...
En deux exemplaires originaux

Signature des représentants des deux parties

DOCUMENT 35





Mécénat & partenariats

Mécènes et partenaires de la BnF

Actualités
Domaines concernés
Appels à projets
Avantages
Mécènes et partenaires

Grands mécènes

Association des Amis de la BnF	Acquisitions Dîner des mécènes	2003 et 2005 2008
Cercle des Mécènes de la BnF	Acquisitions Dîner des mécènes	2003 2008
Club Français du Livre	Acquisitions	
Champagne Louis Roederer LOUIS ROEDERER	Galerie de photographie de la BnF Exposition de photographies à l'étranger (Tokyo et Berlin) Exposition Gérard Philipe	depuis 2003 depuis 2003 2003
Natixis NATIXIS	Restauration et exposition des Globes de Coronelli	2005 et 2006
World Monuments Fund	Restauration du Salon de Musique de l'Arsenal	2007

Page 102

Mécènes

Architectural Digest	Activités culturelles (expositions, actions pédagogiques, manifestations)	2005
Association des Amis d'Edwige Feuillère	Exposition Edwige Feuillère	2003
Bristol-Myers Squibb Bristol-Myers Squibb	Activités culturelles (expositions, actions pédagogiques, manifestations)	2005
Compagnie Financière CIC	Exposition Proust et BnF	1999
Drouant	Exposition Goncourt	2003
Fondation Calouste Gulbenkian	Catalogue de l'exposition Arménie	2007
Fondation Electricité de France	Acquisition d'un daguerréotype de Girault de Prangey	2001
Fondation Jean-Luc Lagardère	Installation Sophie Calle	2008
Fondation La Poste	Exposition Victor Hugo et acquisition correspondance Paul Valéry	2002 et 2003
Fondation Max Van Berchem	Soutien à la publication du Manuel de codologie des manuscrits arabes	2000
Fondation Orange Fondation Orange	Soutien des projets "Accessibilité des leçons de philosophie aux personnes en déficience auditive" et "Accessibilité du Hall des globes Coronelli"	2007
	Soutien accessibilité des conférences des cycles "Histoire", " Philosophie" et "Littérature" aux personnes en déficience auditive	2008
Fondation Ousseimi	Exposition l'Art du livre arabe	2001
Fondation P. Bergé & Y. Saint-Laurent	Exposition Gérard Philipe	2003
Fondation Robert Bosch Stiftung	BnF	2000
Fondation Simone et Cino del Duca	Grandes conférences et conférences littéraires	1998, 2005, 2007, 2008
France Loisirs	Exposition Goncourt	2003
Fujifilm France FUJIFILM	Exposition Pour une photographie engagée	2006
Fundacio Caixa Catalunya	Soutien de la publication du catalogue de l'exposition A. Tapies	2001
Generali	Exposition Michaux et Segalen	1999
Geodis GEODIS	Acquisition Fonds Louis Jouvet	2005
The Getty Foundation	Publication des trois volumes du catalogue *Manuscrits Enluminés d'Origine Flamande*	2007
L'Oreal L'ORÉAL	Bourse de recherche sur l'art d'être et de paraître	2009-2010
Louis Vuitton Malletier	Bibliothèque Musée de l'Opéra	jusqu'en 1999
Nahed Ojjeh	Exposition Utopie et exposition Sartre Acquisitions de manuscrits *Voyage au bout de la nuit* et vente Breton	2000 et 2005 2001 et 2003
SCP Chevreux et associés	Activités culturelles de la BnF	2007
Henri Schiller	Conférences Léopold Delisle	jusqu'en 2004
Sénat	Programme de numérisation	depuis 2005
Société Suez	Catalogue *Le siècle des saint-simoniens*	2006
Yves Saint-Laurent	Programme de concerts	1999



DOCUMENT 36

Mécénat

نصرة الأدب والعلوم والفنون

Installé depuis 1987 dans un prestigieux bâtiment au cœur du Paris historique, l'Institut du monde arabe poursuit avec persévérance l'objectif qu'il s'était fixé dans ses statuts, lors de sa fondation en 1980, consistant à « **développer et approfondir en France la connaissance et la compréhension du monde arabe.** »

Doté notamment d'un **musée d'art arabo-musulman**, d'une **bibliothèque**, d'un **auditorium**, d'un **centre de langue et de civilisation**, d'une **librairie**, l'Institut du monde arabe, fruit d'un **partenariat franco-arabe**, a su proposer, année après année, une programmation riche, abordant tous les domaines de l'art et de la culture du monde arabe : le patrimoine, les arts plastiques, la photographie, la musique, le théâtre, le cinéma, l'organisation de colloques, de conférences, et le développement des activités éducatives en direction du jeune public.

Ses actions ont acquis une très large visibilité, et ses grandes expositions sont attendues et accueillies au même titre que celles des plus grandes institutions muséales de France et d'Europe.

Avec plus **d'un million de visiteurs par an**, l'Institut du monde arabe fait désormais partie intégrante du paysage culturel national et européen. De par sa vocation, il demeure, encore aujourd'hui, unique en son genre et unique au monde.

Pourquoi s'engager ?

- Fruit d'un **partenariat ambitieux** entre la France et les États membres de la Ligue arabe, l'Institut du monde arabe est investi d'une mission originale fondée sur le dialogue et l'ouverture au monde : favoriser la connaissance, la compréhension et le rayonnement des cultures arabe et française. S'engager aux côtés de l'IMA est une **occasion unique de participer à la préservation du patrimoine** tout en œuvrant **pour le monde contemporain**.

- La **vocation internationale** de l'Institut du monde arabe est une opportunité exceptionnelle en termes de prestige et de visibilité pour les entreprises souhaitant **s'ouvrir sur le monde arabe ou sur la France**. L'IMA attire un public international et entretient des liens étroits avec les pays arabes.

- Depuis la **loi du 1er août 2003**, des réductions fiscales importantes

sont accordées aux entreprises et aux fondations qui s'engagent dans des actions de mécénat. En plus de cette réduction fiscale égale à 60 % du don, l'IMA offre à ces mécènes des **contreparties à hauteur de 25 % de celui-ci.** Ces contreparties se traduisent en termes de **visibilité**, d'**accès privilégié** à l'IMA, de **soirées ou visites privées**...

Domaines d'intervention

Pour remplir la mission qui est la sienne, l'IMA doit se moderniser, enrichir ses collections, et proposer sans cesse de nouveaux projets culturels. Pour préserver la diversité de ses activités, l'IMA a besoin de votre soutien :

- **Expositions** : Contribuez à la mise en place d'**expositions patrimoniales** qui présentent la culture arabe dans toute sa splendeur. Organisées en collaboration avec les plus grands musées et collections du monde entier, ces expositions sont souvent accueillies ensuite dans d'autres capitales et grandes villes européennes.

- **Acquisition d'œuvres** : Soutenez le Musée de l'IMA en lui permettant d'enrichir ses collections permanentes, témoins de la **diversité du patrimoine arabe**, de la préhistoire à nos jours. Placé au centre de ses différentes activités, le Musée est l'un des organes vitaux de l'Institut.

- **Activités culturelles** : Participez au développement de la **programmation culturelle** de l'IMA, qui propose tout au long de l'année des spectacles de musique, de théâtre, de danse, des projections cinématographiques, ainsi que des séminaires, des rencontres et des débats.

- **Bâtiment** : Aidez à la rénovation et à la maintenance des locaux de l'IMA, dont le bâtiment – qui allie **innovations** et éléments empruntés à l'**architecture traditionnelle arabo-islamique** – appartient désormais au patrimoine de la modernité architecturale.

- **Mécénat de compétence** : Forme originale de mécénat, le mécénat de compétence vous permet de jouer un rôle central dans le développement et le rayonnement de l'Institut, tout en mettant en valeur votre **cœur de métier**, votre **savoir-faire**, au sein de l'IMA (apport en industrie, informatique, BTP...).

Remerciements aux mécènes 2008-2009

Pour l'exposition «Bonaparte et l'Egypte, feu et lumières»



Page 105

Pour les Activités Jeunes



Remerciements aux mécènes 2007-2008

Pour l'exposition «La Méditerranée des Phéniciens»



Pour l'embellissement du bâtiment de l'IMA



Contact :

Layane CHAWAF
Chargée du Mécénat

Cellule Mécénat, Partenariats et Publications/DAF
Tél. +33 (1) 40 51 38 77 ou 35 21
Fax +33 (1) 40 51 38 36

e-mail : lchawaf@imarabe.org

Institut du monde arabe
1, rue des Fossés Saint-Bernard
Place Mohammed V
75236 Paris cedex 05

Dernière mise à jour : **10/10/08**



page 106

DOCUMENT 37

Bulletin de souscription

Prix de souscription : 340 € – Prix de vente après parution : 400 €

Veuillez retourner ce bulletin avant le 17 avril 2009 au
Musée Gustave Moreau
14, rue La Rochefoucauld
France - 75009 Paris
Tél. (33) 1 48 74 38 50 – Fax (33) 1 48 74 18 71

Nom Prénom

Adresse

Code postal Ville Pays

Tél. E-mail

Désire souscrire à la publication du catalogue
Gustave Moreau. Catalogue sommaire des dessins
Musée Gustave Moreau
Le catalogue est à retirer à la librairie du musée à compter du 4 mai 2009, sinon il peut être envoyé selon les conditions suivantes :

Prix unitaire : 340 €

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
France : 8 €	349 €		
Europe : 15 €	355 €		
USA 35 €	375 €		
Japon : 45 €	385 €		

Règlement ci-joint par
- ☐ Chèque bancaire ou postal en euros, à l'ordre de l'Agent comptable du musée Gustave Moreau
- ☐ Virement bancaire au code suivant

Code banque	Code guichet	N° de compte	Clé RIB
[illegible]	75000	[illegible]	[illegible]

Merci de stipuler [illegible]

- ☐ Virement bancaire international en euros au compte suivant

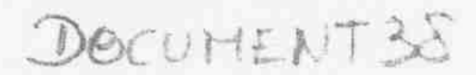
IBAN FR 76 1007 1750 0000 0010 0041 572
Code BIC BDFEFRPPXXX

Merci de stipuler [illegible]

Date
Signature



Page 107





ENQUÊTE
LE FINANCEMENT DE LA CULTURE (2/3)

Henri Loyrette, pdg du Louvre : "La crise n'affecte pas le mécénat de long terme"

LE FIL ARTS ET SCÈNES - **Mécénat, fonds de dotation spécifiques : face aux problèmes financiers de l'Etat, le Louvre a dû s'adapter.**



Avec les peintures monumentales de Yan Pei-Ming, l'art contemporain continue de s'inviter au Louvre. - Photos : Patrick Messina pour Télérama

SUR LE MEME THEME

Le mécénat culturel connaît lui aussi la crise | 24 mars 2009

La culture ne connaît pas (encore) la crise | 25 février 2009

Et si l'argent privé venait à manquer... | 27 février 2009

2009 restera pour le Louvre une année symbole. Celle où, pour la première fois, la part des financements publics dans son budget sera passée sous la barre des 50 %. Celle où le Louvre aura lancé le premier fonds de dotation français destiné à recueillir du mécénat privé. Une actualité qui valait bien le déplacement sous la pyramide. Du haut de son mètre quatre-vingt-quinze, Henri Loyrette vous accueille par une interrogation : *« Je ne sais pas si je vais être à la hauteur de la situation. »* Monsieur le président a de



l'humour...

En 2009, les financements publics représentent pour la première fois moins de la moitié du budget du Louvre. La symbolique est forte...

Quand je suis arrivé, en 2001, le budget était de 80 millions d'euros. Le financement était assuré à 70 % par l'Etat et à 30 % par les ressources propres au musée (billetterie, mécénat, locations de salles...). En 2009, le budget s'élève à 230 millions et les ressources propres sont effectivement supérieures au financement public (52 % contre 48 %). Malgré leur brutalité, ces chiffres ne signifient pas un désengagement de l'Etat. En réalité, la situation a considérablement évolué. Il y a trente ans, les musées dépendaient totalement des pouvoirs publics. Les difficultés budgétaires de l'Etat nous ont contraints à nous adapter. En contrepartie, celui-ci nous a fourni des armes formidables en créant des dispositifs fiscaux qui sont les meilleurs au monde en matière de mécénat.

La crise a-t-elle eu des incidences sur la fréquentation ?

La crise existait en 2008 et nous avons battu nos records avec 8,5 millions de visiteurs, 200 000 de plus qu'en 2007. Nos expositions temporaires (sur Babylone et Mantegna) ont très bien marché, mais nous constatons un tassement de 3 % du nombre de visiteurs dans les collections permanentes. Une baisse symptomatique, ces collections étant surtout fréquentées par des étrangers (70 %) alors que les expositions temporaires le sont par les Français. Il est trop tôt pour dire si cette évolution va durer mais nous avons adopté en 2009 un budget plutôt précautionneux en matière de fréquentation.

Les Etats-Unis ont été les premiers touchés par la crise, leurs visiteurs sont-ils moins nombreux ?

Les Nord-Américains restent notre premier public étranger avec 670 000 visiteurs en 2008, mais leur nombre a baissé de 200 000 en un an. Une diminution compensée par l'augmentation des visiteurs des pays émergents comme l'Inde ou la Chine.

Le mécénat représente désormais une part non négligeable de votre budget. Est-il affecté par la crise ?

En 2009, les recettes attendues du mécénat s'élèvent à plus de 20 millions d'euros et nous en avons déjà sécurisé 69 %. La crise n'affecte pas le mécénat de long terme que nous entretenons avec des partenaires comme Axa ou Total, mais nous aurons sans doute un peu plus de mal que d'habitude à trouver tous nos financements sur certaines expositions. Cela tient autant à des raisons économiques que psychologiques. Certaines entreprises ne jugent plus opportun de faire des dépenses qui peuvent paraître superflues.

Le décret vous autorisant à créer un fonds de dotation sur le modèle américain des endowments [NDLR : un fonds dont le capital est placé sur les marchés financiers et dont seuls les

Page 109

intérêts sont utilisés] est sur le point d'être signé. Est-ce la bonne période pour lancer ce type de fonds ?

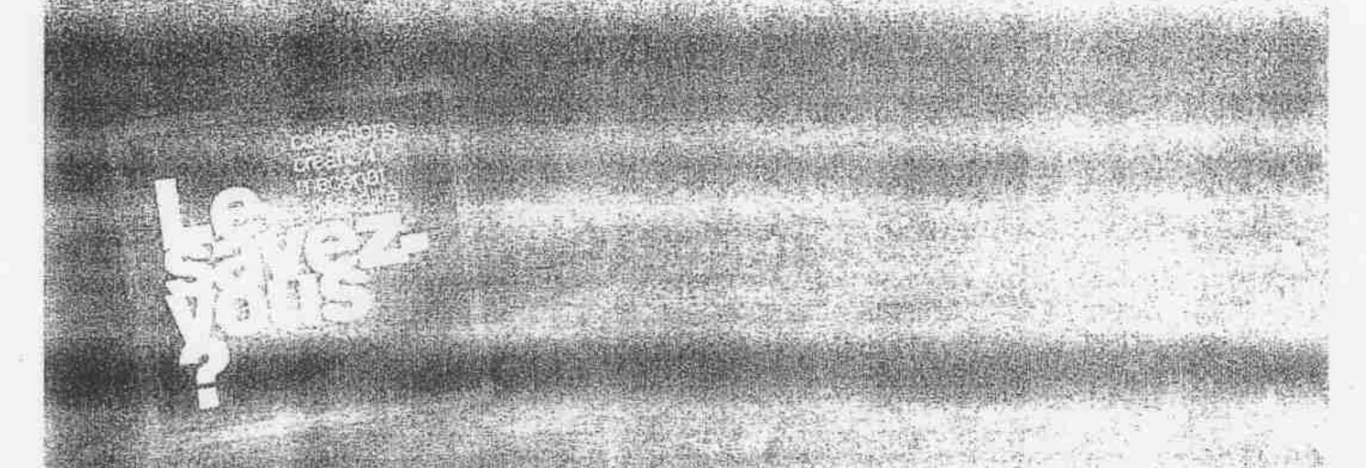
Il faut nous armer pour mettre de nouvelles ressources à notre disposition. Les musées raisonnent sur le long terme. Nous serons cependant très vigilants sur la façon de placer notre argent. Certains fonds américains ont perdu 20 % de leur capital en réclamant des rentabilités excessives. Nous exigerons des placements à long terme avec une garantie du capital. Le rendement espéré est moins important mais le capital est préservé quoi qu'il arrive. Ce fonds de dotation sera abondé par la manne financière du Louvre Abu Dhabi [NDLR : 175 millions d'euros dès maintenant, 425 à terme], mais il est ensuite destiné à recueillir l'argent des donateurs privés, particuliers ou entreprises. Nous nous apprêtons à lancer des campagnes de recherche de fonds dont nous attendions à l'origine une vingtaine de millions sur trois ans. Avec la crise, nous avons revu nos ambitions à la baisse.

Propos recueillis par Olivier Milot
Télérama n° 3085

Page 110

DOCUMENT 39

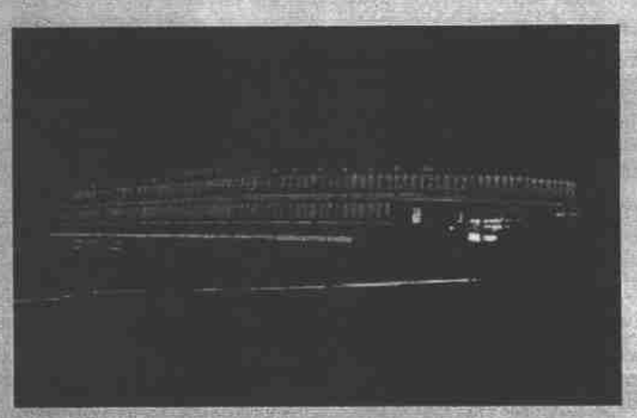

collections
création /
mécénat
et fiscalité
Le savez-vous ?
page 111



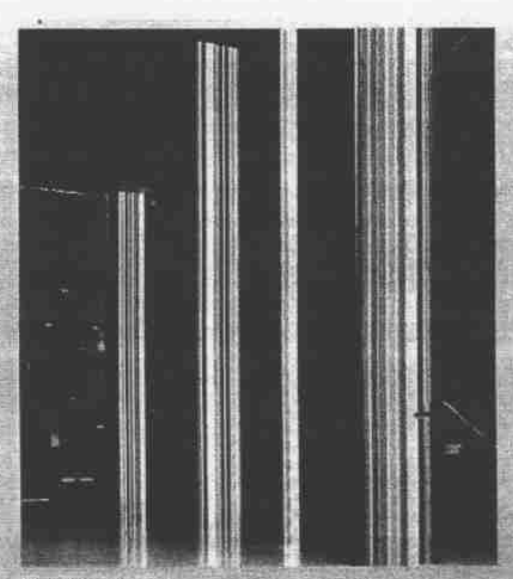
Une série de nouvelles dispositions ont été récemment adoptées pour favoriser l'acquisition d'œuvres d'art et l'enrichissement de collections ouvertes au public, aussi bien par des particuliers que par des entreprises. C'est ainsi que l'obligation d'exposition au public des œuvres d'artistes vivants acquises par les entreprises a été considérablement assouplie en 2006. Par ailleurs, les œuvres contemporaines peuvent être remises en dation en paiement des droits de succession. Enfin, il a été admis que les créations d'œuvres d'art réalisées sur supports audiovisuels ou numériques pouvaient bénéficier du taux réduit de TVA (5,5%) et la fiscalité applicable aux jeunes artistes, au titre des cinq premières années d'activité, a été allégée.



Jordi Colomer
Anarchitekton (Brasilia), 2003
Photographie couleur
Collection
Courtesy Galerie Michel Rein



James Turrell
Mise en lumière de l'ADN, le centre de design de [illegible] à Velizy
Octobre 2004.
Photo : Patrick [illegible]



Ugo Rondinone
« Gravity's Rainbow », 2004
Commande de [illegible]
pour son siège, 22 avenue Montaigne, Paris
Photo : [illegible]

[illegible] peuvent déduire de leur résultat imposable le montant de l'achat, par fractions égales sur cinq ans, dans la limite globale annuelle de [illegible] de leur chiffre d'affaires. Les œuvres d'art ainsi acquises sont exonérées de la taxe professionnelle. Cette déduction est conditionnée par l'obligation faite aux entreprises d'exposer ces œuvres à leurs publics (personnels et clients).

[illegible] les entreprises doivent exposer ces œuvres à titre gratuit, pendant cinq ans, dans un lieu accessible au public. Il est dorénavant admis que la condition d'exposition au public est satisfaite dès lors que les œuvres sont exposées dans un lieu « *accessible aux clients et/ou aux salariés de l'entreprise, à l'exclusion des bureaux personnels* », par exemple : salles d'accueil, de réunions, halls, couloirs, restaurants d'entreprises, cafétérias…

[illegible] bénéficient d'une réduction d'impôt de [illegible] du montant de leurs dons, dans la limite d'un plafond de [illegible] du chiffre d'affaires. Si ce plafond est dépassé, l'excédent pourra donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants. La réduction est accordée pour des dons faits à des organismes publics ou privés d'intérêt général à caractère culturel, ou concourant à la mise en valeur et à la diffusion de la culture et de la création française, dont la gestion est désintéressée.

Les organismes bénéficiaires des dons peuvent associer le nom de l'entreprise donatrice aux opérations réalisées, à condition que les contreparties publi-promotionnelles n'excèdent pas [illegible] du montant du don.
Tout organisme bénéficiaire de dons doit délivrer au donateur un reçu fiscal, le cas échéant,

page 113



Birgitta Lund
« In transit », 2004
Photographie couleur, Times Square, New York
Fonds photographique de :
© Birgitta Lund



Eric Baudelaire
« [illegible] », 2004-[illegible], Champ de [illegible]
Photographie couleur, 110 x 141,5 cm
Fonds photographique de :
© Eric Baudelaire

après avoir obtenu confirmation par l'administration fiscale que les dons qui lui sont alloués ouvrent droit à la réduction d'impôt.

Mesures supplémentaires pour les entreprises engagées dans le mécénat culturel.

Dès lors que les versements sont consentis à des organismes d'intérêt général qui ont leur siège et leur activité principale en France, le bénéfice du régime du mécénat est admis pour des actions déployées ponctuellement à l'étranger ; comme, par exemple, celles mises en œuvre par Culturesfrance ou le Centre national des arts plastiques.

Une disposition majeure pour le patrimoine

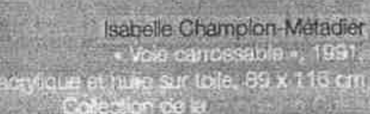
Les dons des entreprises permettant à l'État d'acquérir des trésors nationaux et des biens culturels situés en France ou à l'étranger, qui présentent un intérêt majeur pour le patrimoine national, peuvent ouvrir droit à une réduction de l'impôt sur les sociétés de **90 %** du montant du don, sous certaines conditions.

Harmonisation de la TVA sur les œuvres d'art

Comme les autres œuvres d'art originales, les créations d'œuvres d'art réalisées sur supports audiovisuels ou numériques bénéficient du taux réduit de TVA à **5,5 %**.

Page 114





Isabelle Champion-Métadier
« Voie carrossable », 1991,
acrylique et huile sur toile, 89 x 116 cm
Collection de la

Les particuliers qui concourent à l'enrichissement de collections ouvertes au public, par un don à un organisme d'intérêt général (musée, fondation, centre d'art...) bénéficient d'une réduction d'impôt de **66 %** du montant de leur don dans la limite de **20 %** du revenu imposable. Si le don dépasse cette limite, l'excédent est reporté sur les cinq années suivantes. Les héritiers, donataires ou légataires qui consacrent une partie du produit d'une succession au profit d'une fondation ou d'une association reconnue d'utilité publique, de l'État, des collectivités territoriales et de certains établissements publics peuvent la soustraire du calcul des droits de succession. Seuls les dons de sommes d'argent ouvrent droit au bénéfice de cette mesure, à l'exception des fondations reconnues d'utilité publique qui peuvent recevoir des dons en nature.

Un régime fiscal avantageux : la dation

Les particuliers peuvent acquitter les droits de succession ou de donation ou l'impôt de solidarité sur la fortune (ISF) par remise d'œuvres d'art, de livres, d'objets de collection, de documents de haute valeur artistique ou historique. Cette procédure exceptionnelle de règlement est subordonnée à un agrément, après examen par la Commission des dations.

Les œuvres d'artistes vivants peuvent être remises à l'État dans le cadre de cette procédure.

Pour les particuliers

Pierre Huyghe
« A Journey
That Wasn't », 2005
Collection

© Courtesy of Marian
Goodman Gallery,
New York/Paris
and the Public Art Fund
Photo : Xavier Veilhan



Philippe Ramette
« Contemplation irrationnelle », 2003,
Photographie couleur, 150 x 120 cm
Edition de 5 + 3 EA
Collection
Photo : Marc Domage



Un régime fiscal plus favorable aux artistes afin de permettre aux jeunes créateurs de mieux vivre en France de leur talent ou de donner envie aux artistes étrangers de venir créer et vivre sur notre territoire

En application de ce nouveau régime (codifié à l'article 93 du Code général des impôts), les auteurs dans le domaine des arts graphiques et plastiques (peinture, gravure, sculpture, photographie, graphisme...) bénéficient d'un abattement de **50 %** sur le bénéfice imposable provenant de leur activité artistique.

Cet abattement est plafonné à 50 000 € par an. Il s'applique aux auteurs, à compter du 1er janvier 2006 :

> au titre des cinq premières années d'activité ;
> aux revenus issus de la cession des œuvres d'art mentionnées à l'article 98 A de l'annexe III au code général des impôts, ainsi que des revenus provenant de la cession et de l'exploitation des droits patrimoniaux portant sur ces œuvres ;
> aux auteurs imposés au régime de la déclaration contrôlée (frais réels déclarés annuellement), à l'exception des auteurs ayant opté pour le régime spécial d'imposition prévu à l'article 100 bis du code général des impôts (moyenne des frais réels sur plusieurs années).

Les artistes non résidents qui s'installent sur le territoire français bénéficient également de cette incitation fiscale dès lors qu'ils ont, pour la première fois, leur domicile fiscal en France.



Pour en savoir plus :
http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/mecenat.htm
et www.cnap.fr

Contacts :
Ministère de la culture et de la communication
Mission du mécénat
3 rue de Valois - 75001 Paris
mission-mecenat@culture.gouv.fr - Tél. : 01 40 15 83 97 ou /9 15

Délégation aux arts plastiques
Département de la communication et de la documentation
3 rue de Valois - 75001 Paris
communication-dap@culture.gouv.fr - Tél. : 01 40 15 74 60

Page 116

Le savez-vous ?

Le Mécénat est aussi l'affaire des petites & moyennes entreprises

Profitez dès maintenant de nouveaux avantages fiscaux !

Mécénat Culturel

Mettez votre entreprise sur le devant de la scène !



© photo Christophe Pele

Page 117

CRCI Picardie 2007



Mécénat Culturel

Concrètement, qu'est-ce que le mécénat culturel ?



// Enrichissez les collections publiques

Tour à guillocher

Trésor national acquis en 2006 pour le château de Versailles grâce au mécénat de Lusis

© photo Christian Milet

Le mécénat est un acte simple, à la portée de tous, qui peut apporter beaucoup à votre entreprise. Dans les faits, il s'agit d'un don en numéraire, en compétences, en nature ou en technologie au profit d'organismes et d'oeuvres d'intérêt général.

Pour ce qui concerne la culture, les actions de mécénat s'appliquent aux domaines suivants :

- la sauvegarde, l'enrichissement et la valorisation : monuments, musées, archives, livres, archéologie...
- la diffusion du spectacle vivant : musique, danse, théâtre, cinéma, cirque...
- le soutien à la création contemporaine par l'acquisition d'oeuvres originales d'artistes vivants : arts plastiques, audiovisuels et numériques...
- le soutien à l'interprétation musicale par l'achat et le prêt d'instruments de musique à des musiciens de haut niveau,
- la diffusion de la littérature, de la langue et des connaissances scientifiques françaises,
- les actions au croisement de la culture et du social...

Qui peut recevoir les dons de mon entreprise ?

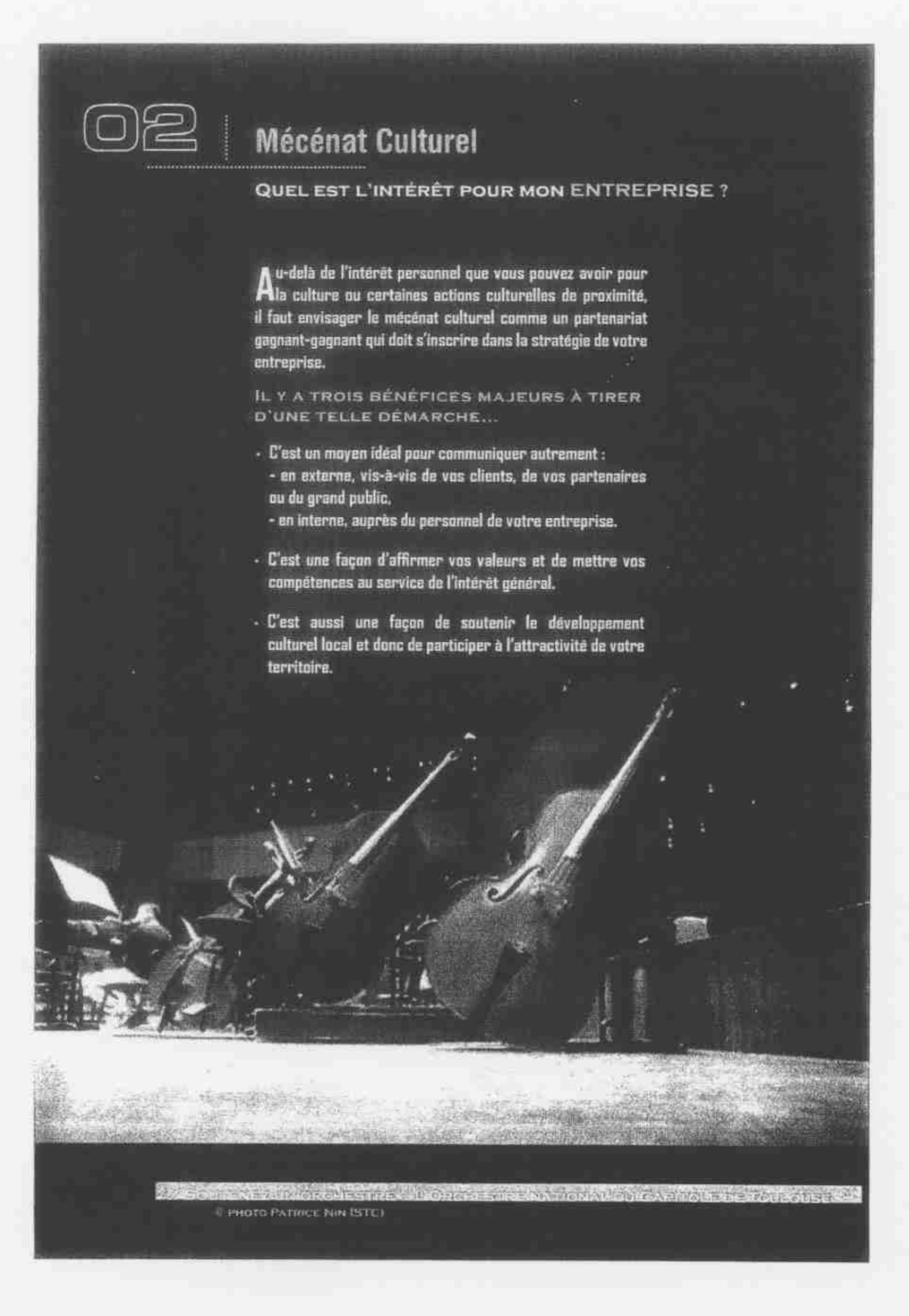
- l'Etat et ses établissements publics, les collectivités locales,
- les fondations ou associations reconnues d'utilité publique,
- les organismes d'intérêt général (en particulier les associations dont la gestion est désintéressée, l'activité non lucrative et ne profitant pas à un cercle restreint de personnes),
- les organismes du spectacle vivant pour leurs activités de diffusion (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés),
- certains établissements d'enseignement publics ou privés agréés.



// Faites vivre le patrimoine

Château de Carrouges

© Photo CMN / Alain Lonchampt



02 | Mécénat Culturel

QUEL EST L'INTÉRÊT POUR MON ENTREPRISE ?

Au-delà de l'intérêt personnel que vous pouvez avoir pour la culture ou certaines actions culturelles de proximité, il faut envisager le mécénat culturel comme un partenariat gagnant-gagnant qui doit s'inscrire dans la stratégie de votre entreprise.

IL Y A TROIS BÉNÉFICES MAJEURS À TIRER D'UNE TELLE DÉMARCHE...

- C'est un moyen idéal pour communiquer autrement :
  - en externe, vis-à-vis de vos clients, de vos partenaires ou du grand public,
  - en interne, auprès du personnel de votre entreprise.
- C'est une façon d'affirmer vos valeurs et de mettre vos compétences au service de l'intérêt général.
- C'est aussi une façon de soutenir le développement culturel local et donc de participer à l'attractivité de votre territoire.

SOUTENEZ UN ORCHESTRE : L'ORCHESTRE NATIONAL DU CAPITOLE DE TOULOUSE

© PHOTO PATRICE NIN (STC)

03 | Mécénat Culturel

JE SOUHAITE DEVENIR MÉCÈNE, QUELLES SONT LES ÉTAPES ESSENTIELLES ?

Le mécénat culturel est finalement assez simple à mettre en œuvre, seul ou par le biais de clubs d'entreprises. Il ne nécessite pas forcément beaucoup de moyens pour avoir un impact positif à la fois sur votre entreprise et sur les projets culturels retenus.

Il faut toutefois respecter quelques étapes essentielles :

- Choisissez votre projet culturel avec soin. Il faut avant tout trouver un projet qui corresponde à votre entreprise ou à vos envies et dont vous pourrez tirer le maximum de satisfaction ou de retours positifs.
Vous pouvez contacter à ce sujet la Mission du mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication et les correspondants mécénat en région (DRAC, CCI, experts-comptables) qui sauront vous conseiller...

- Assurez vous que l'organisme bénéficiaire est en mesure de vous fournir la garantie de son éligibilité au mécénat fiscal (rescrit fiscal).

- Etablissez une convention de mécénat entre votre entreprise et l'organisme bénéficiaire. Elle permet de fixer les engagements de chacun et notamment les contreparties dont vous pourrez bénéficier. Modèle disponible sur www.culture.gouv.fr

- Demandez à l'organisme bénéficiaire un reçu fiscal de don aux œuvres (Cerfa N°11580*02) que vous devrez joindre à votre déclaration fiscale. N'hésitez pas à en parler à votre expert-comptable.

- Optimisez votre action de mécénat, en communiquant auprès de vos partenaires ou du grand public, en mobilisant vos salariés autour de ce projet...

ET SURTOUT...
PROFITEZ PLEINEMENT DU PLAISIR QU'OFFRE LA CULTURE !

// ADOPTEZ UN LIVRE

L'OPÉRATION «ADOPTEZ UN LIVRE» MENÉE PAR LA VILLE DE COMPIÈGNE A POUR OBJECTIF LA RESTAURATION D'OUVRAGES ANCIENS

© PHOTO VILLE DE COMPIÈGNE



Mécénat Culturel

ON PARLE DE MESURES EN FAVEUR DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE : QUE DIT LA LOI ?

La loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations a créé un dispositif fiscal très incitatif (doublant l'avantage fiscal antérieur). Les grandes lignes sont les suivantes :

- UNE RÉDUCTION DE VOTRE IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS DE 60% DU MONTANT DES DONS aux œuvres et organismes d'intérêt général, dans la limite d'un plafond de 0,5% de votre chiffre d'affaires H.T. (avec la possibilité de reporter l'excédent sur les cinq exercices suivants en cas de dépassement de ce seuil).

- DES CONTREPARTIES EN COMMUNICATION ET RELATIONS PUBLIQUES POUR VOTRE ENTREPRISE PLAFONNÉES À HAUTEUR DE 25% DU MONTANT DU DON. Il s'agit par exemple de billets pour les spectacles, de visites privées, de mise à disposition d'espaces de réception, de l'insertion de votre logo sur un catalogue d'exposition...

60% DE RÉDUCTION FISCALE ET 25% DE CONTREPARTIES SOIT UN AVANTAGE GLOBAL DE 85% DU MONTANT DU DON POUR L'ENTREPRISE MÉCÈNE !

- une réduction d'impôt de 90% du montant du don pour l'acquisition d'un «trésor national» ou d'une «oeuvre d'intérêt patrimonial majeur» au profit d'une collection publique, ou de 40% si l'oeuvre est acquise par l'entreprise pour son propre compte.

- des avantages fiscaux pour l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants exposées dans un lieu accessible au public, aux clients, aux salariés (à l'exception des bureaux de votre entreprise) ou pour l'achat d'instruments de musique destinés à être prêtés à des artistes professionnels ou à des étudiants de haut niveau.



« Encouragez le spectacle vivant »

Karim Sebbar, Centre National de la Danse

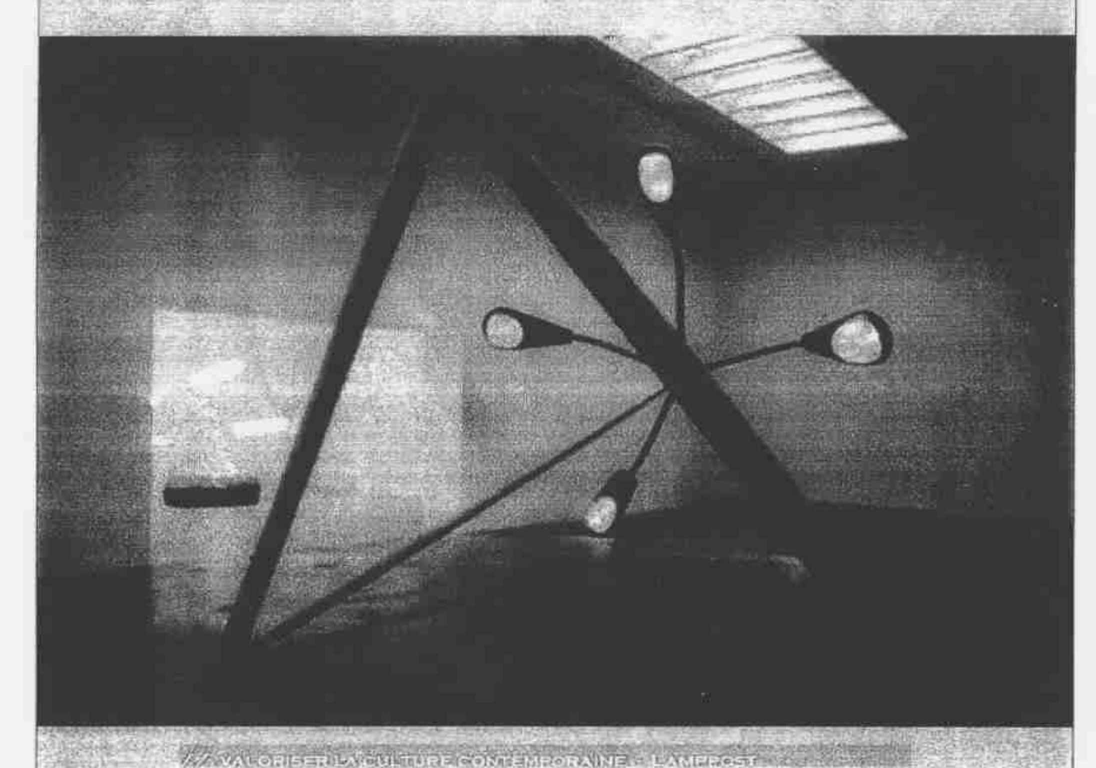
M'ADRESSER ?

Mission du mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication - DDAI, Directions régionales des affaires culturelles, Chambres de Commerce et d'Industrie, experts comptables se mobilisent pour vous informer et donner vie à vos projets.

MINISTERE DE LA CULTURE & DE LA COMMUNICATION MISSION DU MECENAT

ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES



VALORISER LA CULTURE CONTEMPORAINE - LAMPPOST

© PHOTO ANDRÉ MORIN POUR LE CONSORTIUM







ACQUISITION PAR LA FONDATION DE BOURGOGNE DE L'OEUVRE DE MARK HANDFORTH, LAMPPOST, 2003, POUR ENRICHIR LA COLLECTION D'ART CONTEMPORAIN DU CONSORTIUM DESTINÉE À REJOINDRE LE MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE DIJON.

Page 122

Télérama.fr

DOCUMENT 41

FINANCEMENT DE LA CULTURE (3/3)

Et si l'argent privé venait à manquer…

LE FIL ARTS ET SCÈNES - Le mécénat culturel commence à être touché par la crise. Subventions annulées ou réduites, réorientation des budgets vers un mécénat plus solidaire. De quoi donner des sueurs froides aux créateurs d'autant que l'argent privé a pris en quelques années, une place importante dans le financement de la culture.



- Photo : Patrick Messina

SUR LE MEME THEME

Henri Loyrette, pdg du Louvre : "La crise n'affecte pas le mécénat de long terme" | 24 mars 2009

La culture ne connaît pas (encore) la crise | 25 février 2009

Le mécénat culturel est-il soluble dans la crise? Pas complètement et ce n'est pas une bonne nouvelle pour la création. Depuis la loi de 2003 qui instaure des aides fiscales très incitatives (NDLR : une réduction d'impôts de 60% du montant du don pour les entreprises), les fonds consacrés au mécénat ont en effet pris une place importante dans le financement de la culture. Selon l'Admical, la principale association qui promeut le mécénat d'entreprise, ils seraient passés en cinq ans de 300 millions à près d'un milliard d'euros. Plus du tiers du budget du

Page 123

ministère de la Culture (2,82 milliards d'euros)! On ne compte plus aujourd'hui le nombre de festivals, de musées ou de théâtres qui font appel à des mécènes privés. Les sommes en jeu ne sont pas forcément pharaoniques mais, sans elles, de fragiles équilibres sont parfois rompus. *« Une scène comme nous se développe sur des marges et le mécénat se situe sur ces marges »*, raconte par exemple Philippe Bachman, directeur de la Comète à Châlons-en-Champagne.

En 2009, les fondations de grandes entreprises n'ont, semble-t-il, pas remis en cause leurs engagements dans le mécénat culturel. Elles ont souvent investi dans des programmes pluriannuels et sont adossées à des groupes suffisamment puissants pour laisser passer l'orage. *« Il n'est pas question d'arrêter au moment où beaucoup d'artistes s'interrogent sur le risque de diminution des budgets publics »*, explique Thierry Dehesdin, directeur du mécénat et du sponsoring à la Société Générale. Même son de cloche à BNP-Paribas, Orange ou la Fondation Total qui maintient en 2009 son enveloppe au niveau de l'an passé (5 millions d'euros). Certaines fondations admettent cependant mettre la pédale douce sur l'achat d'œuvres. *« Le budget consacré aux acquisitions et en diminution de quelques centaines de milliers d'euros. Il n'est pas remis en cause mais nous sommes plus rigoureux »*, concède Thierry Dehesdin du bout des lèvres. *« Nous marquons une pause d'une année dans ce domaine »*, reconnaît aussi Catherine Ferrant, la déléguée générale de la Fondation Total. D'autres entreprises font évoluer légèrement leur politique. La Fondation Orange qui soutient depuis vingt ans la pratique collective de la musique vocale en aidant au financement d'ensembles (choeurs, maîtrises...) sur une durée maximale de cinq ans a, par exemple, décidé de prolonger cette période au coup par coup. *« La crise nous amène à assurer une stabilité plus longue à certains ensembles vocaux que nous soutenons, de manière à compenser la baisse des aides de certaines DRAC* (Directions Régionales des Affaires Culturelles) *ou la difficulté à trouver d'autres mécènes »*, explique son secrétaire général, Olivier Tcherniak.

Si les grandes fondations d'entreprises engagées dans des programmes pluriannuels maintiennent donc peu ou prou leurs engagements, ce qui est fragilisé aujourd'hui, c'est le mécénat de court terme. Celui qui s'investit ponctuellement sur un festival ou une exposition. *« La plupart des entreprises revoient leur budget à la baisse de 5 à 10% »*, reconnaît Marianne Eshet, la déléguée général de l'Admical. De fait, ce recul est déjà perceptible. Premières touchées, les manifestations de moindre ampleur. Le festival Jazz à Saint Germain-des-Près à Paris a par exemple perdu près du tiers de son budget (350.000 euros) après le départ brutal de son principal mécène, le Crédit Mutuel, et la réduction de trois-quarts de la subvention accordée par le Sénat. *« On continue malgré tout »*, affirme son directeur artistique, Frédéric Charbault, *« mais nous allons réduire le*

page 124

nombre de concerts et nos salaires déjà légers ». Les manifestations les plus prestigieuses ne sont pas non plus épargnées. Le Festival de musique d'Aix-en-Provence a décidé de reporter une de ses cinq productions et reconnaît une baisse de 10% (300.000 euros) de ses accords de mécénat et de parrainage. *« Nos partenaires nationaux se sont maintenus même si certains ont un peu réduit leur participation et on ressent une grande inquiétude du côté des PME, au niveau local »*, explique son dga, Patrick Marijon. Le voisin Avignon n'a perdu aucun de ses mécènes. Mais si le principal, Dexia, a maintenu son partenariat artistique, il supprimera toutes ses opérations de communication autour du festival de théâtre. Une tendance. En temps de crise, le mécénat culturel se fait discret. Finis les grands raouts avec petits fours et champagne ! L'heure est à la sobriété. Plus au bling bling. Cet état d'esprit a également des répercutions sur la location d'espaces par les entreprises de lieux culturels prestigieux comme le Louvre ou le Château de Versailles. *« Notre carnet de réservation est assez bien rempli en 2009*, note le président du Château de Versailles, Jean-Jacques Aillagon, *« mais on peut redouter que certaines entreprises ne diffèrent leurs soirées de quelques mois »*. *« Il n'y a pour l'instant pas de fléchissement sur les locations »*, nuance de son côté le pdg du Louvre, Henri Loyrette, *« mais un changement de format dans les soirées organisées. Elles sont plus modestes. Plutôt cacahuètes que Potel et Chabot »*.

Le risque pour la culture ne se limite pas uniquement à voir diminuer l'effort budgétaire des entreprises mais d'assister aussi à une réorientation du mécénat vers des actions d'utilité sociale plus en phase avec l'époque. *« Dans sa conception traditionnelle, le mécénat culturel pourrait être durement affecté par la crise actuelle*, affirme le président du Centre Pompidou, Alain Seban (1). *« Le prestige social qui s'y attache comme le rapport personnel qu'il traduit souvent entre les dirigeants de l'entreprise et le projet culturel soutenu deviennent suspects dans des temps difficiles où, par réaction avec la période précédente, tout ce qui peut apparaître comme ostentatoire est banni et où tout ce qui n'est pas directement utile est mis en cause. »* En réalité, la plupart des grandes fondations d'entreprises n'ont pas attendu la crise pour promouvoir un mécénat croisé alliant culture et solidarité. C'est par exemple toute la philosophie qui sous-tend la Fondation Culture et Diversité du président de Fimalac, Marc Ladreit de Lacharrière, depuis longtemps convaincu que l'accès à la culture est le meilleur vecteur de la cohésion sociale et de l'égalité des chances. *« Le lien entre mécénat culturel et mécénat solidaire est un axe fondamental de notre politique »*, explique aussi la directrice de la Fondation Total. *« L'art pour l'art n'est plus compatible avec la conjoncture actuelle. Il doit participer au renforcement du lien social »*. *« Il ne faudrait pas se recentrer uniquement vers un mécénat culturel à objectif social sous prétexte de la crise »*, tempère le président de l'Admical, Olivier Tcherniak. *« Socialement, la culture est essentielle*

Anx 125

en elle-même. » Un sentiment partagé par la déléguée générale de la Fondation BNP-Paribas, Martine Tridde. *« La dimension sociale est certes importante mais, il faut continuer à pouvoir soutenir les artistes et la création en tant que telle ».*

La crise pourrait-elle remettre en cause le développement du mécénat culturel par les entreprises en France? C'est peu probable. Elle peut en revanche lui porter momentanément un coup d'arrêt et en faire évoluer les pratiques. Le président de l'Admical, Olivier Tcherniak, pense lui qu'elle peut au contraire le favoriser. *« On attend aujourd'hui plus d'effort de la part des entreprises dont l'image s'est détériorée, car elles sont jugées partiellement responsables de la crise. Il y a dans l'opinion publique l'attente d'une redistribution par les entreprises d'une partie de ce qu'elles reçoivent.* » Cette « responsabilité sociale » de l'entreprise se traduira-t-elle par un surcroît d'argent dévolu au mécénat? Peut-être. Mais, pas sûr alors que tout ou presque ne s'oriente vers un mécénat d'utilité sociale au détriment de la culture.

Olivier Milot

(1) Tribune publiée dans Les Echos du 22 décembre 2008

Page 126



dessin

La Fuite en Egypte de Nicolas Poussin acquise grâce au mécénat



Nicolas Poussin (1594-1665)
La Fuite en Egypte
Huile sur toile - 97 x 133 cm
Lyon, Musée des Beaux-Arts
Photo : D. R.

18/7/07– ***Acquisition – Lyon, Musée des Beaux-Arts*** – *La Fuite en Egypte* de Nicolas Poussin sera donc bien exposée définitivement au Musée des Beaux-Arts de Lyon, après que l'Etat soit tombé d'accord avec les propriétaires pour l'acheter 17 millions d'euros.

Selon le communiqué de presse du Ministère de la Culture, l'œuvre est acquise pour le Musée du Louvre mais sera mise immédiatement en dépôt au Musée de Lyon. Le Louvre lui-même a joué un rôle très important dans cette acquisition en se mobilisant entièrement pour cet achat et en y consacrant des crédits propres. Le nombre d'entreprises ayant participé au mécénat se monte à une vingtaine, dont AXA, Total, Webhelp et le groupe Mazars. Le Musée de Lyon avait de son côté, avec le concours de la Fondation Léa et Napoléon Bullukian, mis en place un collège d'entreprises[1] destiné à recueillir des promesses de don. La ville de Lyon et la Région Rhône-Alpes ont également participé à l'acquisition.

La preuve est ainsi faite que la mobilisation de tous, en s'appuyant notamment sur les lois sur le mécénat, permet de réaliser des acquisitions majeures pour les musées de province, et il faut espérer que cette opération ne restera pas isolée.

On trouvera retracées dans les brèves citées ci-dessous les différentes péripéties ayant amené cet heureux résultat pour le patrimoine français. Il est dommage que, pour l'instant, personne n'ait encore rappelé le rôle fondamental et malheureux joué par les frères Pardo dans cette affaire. Ces marchands sont les véritables découvreurs de l'œuvre et n'en tireront pourtant aucun bénéfice, bien au contraire. Nous écrivions le 17 août 2004, après le classement du tableau comme trésor national : « *Souhaitons que cette toile soit acquise non pas pour le Louvre, qui a déjà une collection de Poussin inégalable et inégalée, mais pour un musée de province. Le cartel pourrait alors rendre hommage aux frères Pardo, héros malheureux sacrifiés sur l'autel d'une justice que l'on peut bien ici qualifier d'aveugle.* » La première partie du souhait a déjà été réalisée.

1. Ces entreprises sont : la Caisse d'Epargne Rhône-Alpes, le Crédit Agricole Centre-Est, Seb, BioMérieux, Toupargel, CIC Lyonnaise de Banque, GL Events, Siparex Associés, GFC Construction, JC Decaux, le Cabinet d'expertise comptable Bonnet.

English version

Brève précédente - **Brève suivante**

Retour vers Nouvelles Brèves

Retour vers la page d'accueil

Précédents articles consacrés à *La Fuite en Egypte* de Poussin :

La Fuite en Egypte de Poussin ira-t-elle à Lyon ? (2/2/07)

La Fuite en Egypte de Poussin, trésor national (17/8/04)

Le mécénat bancaire, efficace vecteur d'image

BNP Paribas consacre quelque 800.000 euros par an pour valoriser ses actions de mécénat culturel auprès de ses différents publics.

S'attachant à préserver et mieux faire connaître les richesses des musées, la Fondation BNP Paribas signe, aujourd'hui, au ministère de la Culture, une convention de mécénat portant sur la restauration des fresques du XIVᵉ siècle de la chapelle Saint-Martial, au palais des Papes d'Avignon. Le programme « BNP Paribas pour l'art », lancé en 1994 sous le patronage du ministère de la Culture et en collaboration avec la Direction des musées de France, dispose d'un budget annuel d'environ 1,5 million d'euros. Il a débouché sur la publication d'une cinquantaine d'ouvrages et sur la rénovation d'une soixantaine d'œuvres conservées dans les musées de l'Hexagone. La fondation accompagne aussi des créateurs dans des disciplines peu aidées par le mécénat d'entreprise, comme la danse, les arts du cirque et le jazz.

Au-delà du soutien culturel, ces partenariats servent aussi à générer d'autres rapports avec les clients, comme auprès des actionnaires et des salariés. C'est une manière pour la banque de s'ancrer dans son territoire. *« Cette politique menée avec une quarantaine de musées nous permet de rayonner d'Albi à Caen, de Rouen à Nancy. Cela nous rapproche des collectivités locales et de notre clientèle et crée des relations privilégiées que l'on peut ensuite réactiver »*, souligne Jean-Jacques Goron, délégué général adjoint de la fondation.

S'appuyant sur un budget de 800.000 euros pour valoriser ces actions, quelque 150 opérations de relations publiques sont organisées chaque année autour des artistes ou des œuvres aidées, dont une centaine dans l'Hexagone et le reste à l'étranger.

Ainsi, en décembre dernier, le mécénat engagé autour de la restauration du fonds Gaston Chaissac a débouché sur la présentation de la collection au Musée de l'Abbaye Sainte-Croix, aux Sables-d'Olonne. A cette occasion, 1.100 invitations ont été lancées auprès des clients, des élus et des journalistes locaux : 300 personnes ont répondu présent. Le même mois, la sortie du catalogue du Mémorial de Caen, sponsorisé par la banque, a fourni le prétexte à l'invitation de 300 clients, qui se sont vu offrir un exemplaire. En parallèle, un millier de cartons ont été adressés à différents publics pour les informer de l'événement. La promotion du catalogue a également été menée auprès de la presse spécialisée en histoire, élargissant largement les axes habituels de communication du groupe. *« Notre message à travers ces opérations est de montrer qu'on peut être une banque puissante et s'intéresser à son environnement culturel et social immédiat, garder une relation de proximité, renforcer nos directions régionales »*, indique le délégué général.

Le mécénat d'entreprise en France

En millions d'euros

Idé / Source : Admical / Musée de l'Abbaye de Sainte-Croix, œuvre restaurée avec le soutien de la Fondation BNP Paribas

Le programme « BNP Paribas pour l'art », lancé en 1994, a déjà permis de restaurer 47 œuvres du peintre Gaston Chaissac, parmi lesquelles cette toile, « Sans Titre », exécutée en 1963-1964, et désormais accrochée au musée de l'Abbaye Sainte-Croix, aux Sables-d'Olonne.

Des dîners à Versailles

Outre de multiples manifestations en province, la fondation parraine un très grand événement par an, permettant *« une forte valorisation médiatique »*. Actuellement, 36 bustes de Daumier sont restaurés pour le musée d'Orsay, avec une inauguration prévue le 23 mai. Lors de la rénovation du plafond du salon de Mercure à Versailles, pas moins de 6 millions de courriers ont été adressés à la clientèle pour l'informer du mécénat de BNP Paribas.

L'opération s'est adaptée à chaque public visé : 150 journalistes ont découvert en avant-première la restauration le matin, tandis que l'après-midi était réservé à 200 actionnaires privilégiés. Un grand cocktail a, en outre, été organisé pour 1.200 personnes, tandis qu'un dîner au château de Versailles était offert à 80 « très gros clients ». Pour la restauration d'un autre plafond, celui du salon d'Hercule, pas moins de 45.000 invitations ont été envoyées aux collaborateurs de la banque. *« Le mécénat s'avère aussi un bon stimulant en interne »*, note Jean-Jacques Goron.

Des personnalités invitées

Lors de représentations autour de la danse, du cirque, de la musique, le personnel peut réserver sur l'intranet des places gratuites. En matière de spectacle vivant, la fondation choisit des événements à forte visibilité, comme La Folle Journée de Nantes. *« Nous sommes mécènes depuis l'origine de la manifestation. Les contreparties pour nous prennent la forme d'opérations de relations publiques et de soirées privées, et notre nom est bien en vue sur la cité des Congrès »*, ajoute le délégué. Aucune tranche de la population n'est oubliée. Pour toucher les juniors, un prix du Jeune Ecrivain a également été créé. Il donne lieu à la publication d'un recueil de nouvelles publié aux éditions Mercure de France. Outre des affiches apposées dans les agences et dans des salons littéraires régionaux, un millier d'exemplaires sont achetés et offerts à des élèves ou à des enseignants.

« C'est un élément d'image qui favorise les relations commerciales », estime Jean-Jacques Goron. *« Les personnalités invitées, qu'elles se déplacent pour les expositions ou non, apprécient cette possibilité d'entrer en contact avec les artistes. Elles sont sensibles au fait que leur banque leur permette d'approcher des gens qu'ils ne rencontreraient pas autrement. »* Les partenaires, de leur côté, touchent une audience plus large, les photos des œuvres et des spectacles étant souvent utilisées dans le rapport annuel, les calendriers et les agendas.

MARTINE ROBERT

Des opérations très orchestrées chez Natexis

Mécénat culturel et scientifique. Natexis Banques Populaires s'est engagé sur un créneau original : son mécénat soutient la restauration du patrimoine français, mais s'accompagne d'une dimension de recherche. La banque d'affaires a récemment permis à « La Jeune Fille à la gerbe » de Camille Claudel de rejoindre les collections du musée Rodin, mais a également conclu un partenariat avec le Centre de recherche et de restauration des musées de France pour réaliser une étude scientifique comparative entre cette sculpture et sa réplique, « Galatée », signée Auguste Rodin. Le coût d'achat de l'œuvre s'élève à 270.000 euros, le financement de l'étude à 50.000 euros, et le budget de relations publiques à 60.000 euros.

Les opérations sont savamment orchestrées. Un lancement a été effectué le 18 novembre à l'hôtel de Montmorency, le siège parisien de Natexis Banques Populaires. Le lendemain, la banque a aussi bénéficié d'un accès exclusif à l'une des salles du musée Rodin, où ses filiales ont proposé une visite privée à 110 clients. Le 20, l'entrée du musée était libre pour des clients et prestataires, tandis que 550 collaborateurs y ont, à leur tour, été accueillis le 21. D'autres opérations sont prévues durant toute l'année 2005. La reproduction de « La Jeune Fille à la gerbe » a aussi servi d'illustration à la carte de vœux de la banque ainsi qu'à l'impression d'affiches offertes à certains collaborateurs.



Juridique

Liste des articles parus dans la revue des marques



inpi



Mécénat et parrainage : du pareil au même ?

par Jean-Christophe Grall, avocat à la cour de Paris

« Le parrainage est devenu l'une des principales sources de financement des manifestations ou événements, locaux, régionaux, nationaux ou internationaux, qui sont liés au sport, à l'art, à l'environnement, aux médias, aux projets humanitaires ou sociaux, à l'éducation et à tout autre domaine.
Le parrainage permet également aux entreprises et aux organisations de toutes natures de diffuser, sous une forme satisfaisante pour le consommateur, un message de portée générale lié à une manifestation de ce type.
Bien que le parrainage fasse partie intégrante de la stratégie commerciale de l'entreprise, il se distingue de la publicité aussi bien que du mécénat sans contrepartie, quant à ses objectifs, son message et son contrôle. Le parrainage est bénéfique au grand public en ce qu'il permet l'organisation d'événements et d'activités qui n'auraient pas été possibles autrement. Un parrainage réussi bénéficie donc à toutes les parties concernées : parrains, organisateurs, médias, parrainés, participants et grand public. »
[Code de la CCI sur le parrainage]

En ces temps de grands événements sportifs : Coupe du monde de football, Roland Garros, Tour de France, etc, les termes de « sponsoring » et de parrainage reviennent avec une fréquence accélérée dans l'actualité et ce, même, il est vrai, si ces termes ne sont pas réservés exclusivement au domaine sportif. En outre, il convient de ne pas confondre « parrainage » et » mécénat »

Quelques définitions

Le mécénat et le parrainage sont définis par un arrêté du 6 janvier 1989(1) , dans les termes suivants :

• « **Mécénat** : soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général (ce qui n'exclut donc pas une contrepartie, même matérielle, indirecte) ;

• **Parrainage** : soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation, en vue d'en retirer un bénéfice direct ; cette opération étant destinée à promouvoir l'image du parrain, elle comporte l'indication de son nom ou de sa marque. »

La lecture de ces deux définitions, certes bien théoriques, nous permet de faire un bref rappel historique.

Qui se souvient en effet de Caïus Cilnius Mæcenas(2) , Conseiller de l'empereur Auguste, qui protégea Virgile, Horace et Properce ou bien encore de Christophe Colomb qui paraît avoir été le premier homme ayant bénéficié d'un parrainage, dès lors que se expéditions furent financées par la reine de Castille, Isabelle 1ère (3) ? Mais, le mécénat semble trouver son origine dans le mot arabe « mohcine », les sultans aimant s'entourer de savants et d'intellectuels.

On voit ainsi se dessiner la frontière séparant le parrainage du mécénat, ce dernier intervenant davantage dans le domaine culturel alors que le premier est généralement associé à un événement sportif, avec de fortes retombées médiatiques pour le parrain.

Cette frontière tend cependant à être de plus en plus ténue, compte tenu de ce que la loi du 23 juillet 1987 a fait disparaître le clivage traditionnel entre le « sponsoring sportif » et le « mécénat culturel », en consacrant le fait que désormais le parrainage ne se limite plus au sport et qu'à l'inverse, les mécènes s'intéressent aux disciplines sportives et leur apportent leur soutien.

La distinction avec le mécénat est en réalité d'ordre fiscal, mais ce critère est loin d'être suffisant dès lors qu'il convient de tenir compte de la motivation de celui qui apporte sa contribution matérielle ou financière.

Ces deux techniques ne sont pas diamétralement opposées. Bien au contraire, elles ont la particularité d'être des modes de communication événementielle visant quelque fois discrètement à améliorer l'image de

l'entreprise.

Pour autant, peut-on affirmer qu'il existe un droit spécifique et autonome du parrainage ?

La réponse est négative et pour autant, de nombreuses contraintes juridiques existent du fait de la combinaison d'une triple réglementation qui va s'appliquer tout aussi bien au mécénat qu'au parrainage : droit du sport, dispositions régissant la publicité et, bien entendu, celles dont relèvent les médias qui vont diffuser les événements (4).

Si mécénat et parrainage se distinguent difficilement d'un strict point de vue juridique, il n'en va pas de même sur le terrain fiscal.

L'approche fiscale du mécénat et du parrainage

S'agissant du parrainage, l'article 39-1-7° du Code général des impôts permet la déductibilité des résultats imposables de l'entreprise de toutes dépenses affectées à une opération de parrainage et ce, notamment dans le domaine sportif, dès lors que ces dépenses sont exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation de ladite entreprise (5)..

A ce titre, l'instruction fiscale du 26 février 1988 considère que cet intérêt direct pour l'entreprise est caractérisé dans la mesure où l'identification de l'entreprise va être réalisée et ce, sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit.

Il est bien entendu que les dépenses engagées par l'entreprise au titre de ce parrainage doivent être proportionnées à l'avantage attendu et ne pas paraître excessives par rapport au bénéfice espéré.

Le parrainage pouvant être assimilé à une prestation de service, il convient d'attirer l'attention des entreprises et des entités ou des sportifs bénéficiaires du versement financier de l'application des règles en matière de TVA, pour autant que le parrainage n'entre pas dans le cadre des différentes manifestations exonérées de cette taxe.

Les règles s'appliquant à la fiscalité du mécénat sont en revanche bien distinctes de celles envisagées ci-dessus, s'agissant du parrainage, dès lors que le mécénat va s'inscrire dans une logique fiscale de libéralité, ce qui a été prévu les articles 238 bis et 238 bis A du CGI ; les entreprises concernées peuvent de déduire de leurs résultats imposables, sous certaines conditions, les dons accordés à des œuvres ou organismes d'intérêt général, publics ou privés, des fondations ou associations reconnues d'utilité publique, ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, des fondations d'entreprises ainsi qu'à tout organisme à caractère sportif qui a pour vocation de promouvoir à titre principal la pratique du sport.

Cette déductibilité du résultat imposable des entreprises est subordonnée à l'absence de contrepartie directe ou indirecte pour le donateur, conformément aux dispositions de l'instruction du 26 février 1988

Il résulte de ce qui précède qu'entre parrainage et mécénat, il faut choisir, les conséquences fiscales étant radicalement différentes.

L'application de quelques règles juridiques

Le parrainage et le mécénat vont induire une confrontation délicate de règles juridiques générales telles que celles s'appliquant à la publicité ou bien encore celles constituant le socle du droit de la concurrence, outre très spécifiques telles que celles qui régissent le droit du sport(6) et celles purement sectorielles comme l'interdiction générale du parrainage publicitaire en faveur des alcools et du tabac et certaines réglementations.

Pour ne citer que le seul droit de la concurrence, on peut être surpris du nombre de décisions prononcées par le conseil de la concurrence dans ce domaine (7).

C'est ainsi que le Conseil de la concurrence a pu sanctionner sévèrement la société Adidas et lui a fait injonction de supprimer, dans ses contrats de parrainage avec les clubs de football professionnels, la clause aux termes de laquelle le club ou son représentant s'engageait à adresser à cette société, au plus tard quatre mois avant l'échéance du contrat, une copie des propositions de ses concurrents, Adidas bénéficiant d'un droit d'option prioritaire à des conditions équivalentes.

Quant à certains secteurs d'activités, tels que les boissons alcoolisées et le tabac, le mécénat et le parrainage sont soit strictement réglementés, soit purement et simplement interdit.

C'est ainsi que le Code des débits de boissons réglemente strictement la publicité, le parrainage et le mécénat des entreprises du secteur des boissons alcoolisées, la loi Evin du 10 janvier 1991 ayant cependant autorisé les entreprises de ce secteur à avoir recours au mécénat, le parrainage étant quant à lui interdit depuis le 1er janvier 1993 lorsqu'il a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité indirecte en faveur de boissons alcooliques.

S'agissant des produits du tabac, et là encore depuis le 1er janvier 1993, le parrainage est purement et simplement interdit dès lors qu'il a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac ou des produits du tabac. La question se pose en revanche pour le mécénat, dès lors que la loi est silencieuse sur ce point.

L'interprétation des différents textes applicables au tabac a conduit à considérer toutefois que le mécénat était autorisé sous réserve de ne prêter à aucune publicité indirecte en faveur de ce type de produit [voir aff. Philip Morris-C.Cass. 29 juin 1999].

Mécénat et parrainage : deux notions que distingue un critère de nature fiscale mais soumis à un ensemble complexe de dispositions législatives et réglementaires relevant de divers horizons, qu'il n'est ainsi pas toujours facile de maîtriser !

1) JO du 31 janvier 1989, p. 1148
2) 74 Avant JC - 8 après JC.
3) In Sport et la Loi, de Serge Pautot (Ed. 1997) ; M. Etevenor et Martial Chadefaux, JCP Ed. E., n° 5.
4) On peut en l'espèce réfléchir aux implications en droit de la concurrence de l'acquisition des droits de retransmission télévisuels ou radiophoniques de certains événements.
5) Maria Jèsus Fortes Bille, sous la direction du Professeur Thierry Lambert - Université Paris Nord, juin 2001.
6) Voir notamment la loi du 16 juillet 1984 modifiée fixant les règles d'organisation et de promotion des activités physiques et sportives
7) Conseil de la concurrence, 13 mai 1998, secteur de l'escrime et 7 octobre 1997, secteur du football.; CA Paris, 1ère ch, 20 octobre 1998, Fédération française de sport boules.

DOCUMENT 45

La fondation d'entreprise, effet de mode ou dispositif durable du mécénat ?

dimanche 18 mai 2008, par Philippe Boutot - Ernst & Young (http://expert-mag.lentreprise.com/?Philippe-Boutot-Ernst-Young)

ERNST & YOUNG
La Qualité par principe

La France compte environ 10.000 entreprises mécènes, près de 400 fondations créées par des entreprises... et 180 fondations d'entreprise. Comment expliquer le décalage entre l'intérêt croissant pour les fondations d'entreprise et leur faible nombre ?

La fondation d'entreprise, un dispositif démocratisé par la Loi Aillagon de 2003

La Loi Aillagon du 1er août 2003 relative au mécénat a créé un cadre favorable à l'exercice par les entreprises de leur engagement sociétal, en leur donnant notamment la possibilité de bénéficier d'une réduction d'impôt équivalente à 60 % des versements qu'elles effectuent, dans la limite de 0,5% de leur chiffre d'affaires. Les entreprises mécènes apportent leur soutien financier, matériel ou en compétences à des organismes d'intérêt général en réponse à des sollicitations ou – de plus en plus – selon une politique ciblée d'appui à des organismes bénéficiaires en lien avec leurs métiers et activités. Un petit nombre de ces entreprises créent une fondation et une poignée seulement, en proportion, une fondation d'entreprise.

Comment expliquer l'intérêt croissant pour les fondations d'entreprise, dont la visibilité semble aujourd'hui largement dépasser leur réalité en poids relatif ? Il n'existe que 180 fondations d'entreprise pour 10.000 entreprises mécènes environ.

Plus souple et plus accessible que les autres fondations, ...

Premier atout de la fondation d'entreprise, sa souplesse : elle se distingue fondamentalement de la fondation reconnue d'utilité publique (RUP) par le caractère temporaire de l'engagement des fondateurs (5 ans renouvelables) et la simplicité de son mode de gouvernance qui repose sur un organe unique : le conseil d'administration. Plus que la fondation abritée, elle offre à l'entreprise fondatrice une certaine liberté statutaire (choix de la gouvernance) et l'exercice d'activités choisies, pourvu qu'elles soient non lucratives.

Second atout, la fondation d'entreprise apparaît plus accessible que les autres types de fondations : constituée par simple arrêté préfectoral, elle se distingue de la fondation RUP qui nécessite un décret en Conseil d'Etat. L'investissement net plancher requis par an, 12 K€ (soit 150 K€ sur 5 ans défiscalisés à 60%), la met à la portée d'une PME, qui n'a pas les moyens d'un ticket d'entrée de 1 M€ (hors déduction d'impôt, également de 60%) pour une fondation RUP. Par ailleurs, les salariés bénéficient d'une réduction d'impôt de 66% s'ils consentent des dons à la fondation de leur entreprise.

... la fondation d'entreprise structure la politique de mécénat de l'entreprise et accroît sa visibilité

Le Panorama Ernst & Young des fondations d'entreprise observe chaque année, depuis 2004, le phénomène des fondations d'entreprise. Si elle est guidée avant tout par la recherche de l'intérêt général, la création d'une fondation d'entreprise poursuit également, et de plus en plus, une logique d'efficacité et d'alignement à la stratégie de l'entreprise. En effet, les entreprises qui choisissent de créer une fondation d'entreprise ont aussi à cœur de développer un autre mode de relation, plus qualitatif, avec leur environnement (marché, institutionnel, recherche...) et ainsi de faire progresser leur « position » au sens large (image, notoriété, positionnement différenciateur par rapport à la concurrence). Un quart des

Page 132

entreprises fondatrices entend également fédérer ses salariés autour d'un projet commun et porteur de sens et ainsi faire évoluer sa culture d'entreprise, développer le sentiment d'appartenance des salariés et attirer de nouveaux talents. En bref, la fondation d'entreprise permet à l'entreprise fondatrice de donner corps à ses aspirations citoyennes et sociétales tout en servant sa stratégie.
Pour des entreprises déjà actives en matière de mécénat, la fondation d'entreprise a également pour avantage de concentrer au sein d'une même gouvernance les processus stratégiques et opérationnels du mécénat, avec en corollaire davantage de rationalité dans la consommation des budgets alloués et de cohérence dans la communication et les choix de projets soutenus.

Un satisfecit général exprimé par les dirigeants de fondations d'entreprise et l'émergence de bonnes pratiques

L'édition 2008 du Panorama Ernst & Young des fondations d'entreprise confirme l'engouement croissant des entreprises pour ce dispositif et livre un premier bilan, 5 ans après l'application de la Loi Aillagon. Si la quasi-totalité (96%) des dirigeants de fondation d'entreprise de plus de trois ans souligne aujourd'hui son impact positif sur l'entreprise fondatrice, notamment en termes de rayonnement et de structuration de la politique de mécénat, une bonne moitié reconnaît rencontrer des difficultés : d'abord une difficulté à fédérer les salariés de l'entreprise, qui concerne une fondation d'entreprise sur deux, puis des difficultés d'évaluation des projets soutenus et de leur impact, de communication externe et de fonctionnement (choix des projets, respect du budget), qui touchent environ un tiers des répondants.
A l'aune des réponses à l'enquête, cinq bonnes pratiques se dégagent qui, si elles sont mises en place, limitent les écueils et maximisent l'impact de la fondation d'entreprise :

1 - Eminemment stratégique car touchant l'identité même de l'entreprise, le projet de création d'une fondation d'entreprise est dans deux tiers des cas structuré et assis sur un programme planifié et chiffré. 14% des répondants vont jusqu'à réaliser un plan stratégique qui, parce que son élaboration fédère les parties prenantes (direction générale, services internes, partenaires) autour d'une vision commune de la fondation d'entreprise, s'avère un instrument efficace de stabilité de la gouvernance.

2 - Plus des deux tiers des répondants mettent en place un pilotage des actions et des budgets, afin d'optimiser l'allocation des ressources.

3 - Le modèle de gouvernance prend appui sur une équipe dédiée de 1 à 3 personnes, salariées ou non, autonome dans ses décisions de gestion, le suivi des projets et la communication, et un conseil d'administration utilisant la diversité de ses membres comme un atout, garant de la ligne stratégique et de la transparence de la fondation d'entreprise.

4 - Le dimensionnement des ressources humaines dédiées doit être à la mesure du nombre et de la nature des projets soutenus d'une part, des enjeux de communication interne et externe d'autre part.

5 - La mise en place d'une charte qui donne le sens de la fondation d'entreprise apparaît comme un instrument de communication interne efficace : les 14% de répondants concernés observent ainsi une mobilisation plus forte des salariés de l'entreprise fondatrice dans les actions et projets soutenus par leur fondation d'entreprise.

Ces bonnes pratiques, qui ne sont pas l'apanage des grandes entreprises, plaident en faveur d'une structuration de la réflexion conduisant à la création d'une fondation d'entreprise. Elles apparaîtront plus critiques encore s'agissant de fondations interentreprises (plusieurs entreprises qui créent ensemble une fondation d'entreprise), qui concernent un nombre croissant de créations (10 créations sur 39 en 2007).

Page 133

La croissance du nombre de fondations d'entreprise représente un phénomène durable

Ce dispositif se diffuse désormais dans tous les types d'entreprise (de la PME au très grand groupe, dans tous les secteurs d'activité) et dans toutes les régions françaises. La communication observée sur les fondations d'entreprise, relayée par des réseaux associatifs promouvant le mécénat et par des organismes d'appui aux entreprises (chambres de commerce et d'industrie, services économiques de collectivités, ...), est de nature à conforter le potentiel de création, notamment au sein de PME patrimoniales situées en région et au sein de grands groupes déjà mécènes. Le développement de bonnes pratiques avant et après la création et l'expérimentation menée par certaines fondations d'entreprise en matière d'évaluation fine de leurs impacts démontrent l'appropriation croissante du dispositif par les entreprises et contribuent à rendre le dispositif plus attractif et plus accessible encore.

page 134

DOCUMENT 46

Groupe AXA

Signature de la marque AXA : redefining / standards

Accueil > Entreprise responsable > Responsabilité sociale > Société civile > **Le mécénat culturel et patrimonial**

Mécénat culturel et patrimonial : conserver et transmettre

Le troisième volet du mécénat d'AXA relève de la conservation et de la transmission du patrimoine. Chaque action a pour vocation de préserver ou restaurer des oeuvres d'art, accroître les collections des musées et faire découvrir l'art à un large public.

Acquisition de trésors nationaux

Le pavement de faïence du château de Polisy



Ce trésor national, dont aucun équivalent n'est connu, est remarquable par sa surface de 28m², son état de conservation, la qualité de son dessin et la variété de ses couleurs. Le modèle est italien, probablement fourni par l'architecte Sebastiano Serlio, et la réalisation française, par un atelier champenois. Daté de 1545 et d'une grande rareté, il constitue de fait un témoignage exceptionnel pour l'histoire de la céramique et la diffusion de la faïence en France, et représente une oeuvre emblématique des rapports artistiques entre la France et l'Italie au milieu du XVIème siècle. Par l'acquisition de cette oeuvre remarquable, le groupe AXA permet de compléter un ensemble particulièrement représentatif de la céramique européenne de l'époque, exposé au musée national de la Renaissance au château d'Ecouen. Seul établissement français entièrement dédié à la Renaissance, le château d'Ecouen propose grâce à la richesse de ses collections, une vision complète du foisonnement artistique européen entre le XVème et le XVIIème siècle.

Consulter le site internet du Musée national de la Renaissance au Château d'Ecouen : http://www.musee-renaissance.fr/

France : Dessins de Rosso Fiorentino (musée du Louvre, Paris)



Deux sanguines, "Saint Roch distribuant ses biens aux pauvres" et "La Visitation" de Rosso Fiorentino (Florence, 1494 - Fontainebleau, 1540) ont pu rejoindre en octobre 2003 les collections du

N° 135

musée du Louvre. Ce sont les premiers dessins d'inspiration religieuse issus de l'École de Fontainebleau à entrer au Louvre.

La statue du pays Dogon (Musée du quai Branly, Paris)



Véritable chef-d'oeuvre de l'art africain, cette grande figure de bois est exceptionnelle par ses dimensions (près de deux mètres de hauteur) et son ancienneté (Xe ou XIe siècle) qui la situe aux origines de la sculpture africaine. Son intérêt historique et artistique est sans équivalent. Cette sculpture sera exposée au futur Musée du quai Branly à Paris, qui présentera, à partir de 2006, les arts et civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques.

La Vestale de Houdon (Musée du Louvre, Paris)



AXA a offert en mars 2005 au Musée du Louvre une magnifique Vestale de Jean-Antoine Houdon. Cette statue en marbre, signée et datée de 1787, d'une grandeur naturelle, est un éblouissant exercice de virtuosité. Figure d'une chaste prêtresse qui prend soin que la flamme vouée au culte de la déesse Vesta ne s'éteigne jamais, l'oeuvre est d'inspiration nouvelle, une transcription originale d'un modèle antique.

Elle s'inscrit admirablement dans les collections du Département des Sculptures du musée du Louvre.

« Le portrait du duc d'Orléans » de Ingres (Musée du Louvre, Paris)



Ce portrait est l'un des plus grands chefs-d'oeuvre de l'art du portrait du XIXème siècle. L'audace de la composition du tableau, le raffinement des couleurs, la finesse de la description psychologique mais aussi la noblesse de la posture du jeune prince ont étonné et immédiatement suscité l'admiration. La mort accidentelle du duc d'Orléans, en juillet 1842, trois mois après l'achèvement du tableau, contribua à faire de cette oeuvre une icône presque sacrée. L'oeuvre acquise grâce à AXA en janvier

Page 136

2006 complète admirablement les rares portraits masculins d'Ingres que conserve le musée du Louvre.

"La fuite en Egypte" de Nicolas Poussin (Musée des Beaux-Arts, Lyon)



L'acquisition de cette oeuvre contribue nettement à l'enrichissement des collections publiques. Pour la première fois, deux institutions muséales - le musée des Beaux Arts de Lyon et le musée du Louvre - ont conjugué leurs efforts pour réunir les fonds nécessaires à l'achat de ce tableau encore en mains privées et sauvegarder ainsi un chef-d'oeuvre du patrimoine artistique national. Une vingtaine de mécènes se sont ainsi manifestés parmi lesquels : AXA, la Fondation d'entreprise Gaz de France, Total, Webhelp et le Groupe Mazars. Mais ce n'est pas tout : la ville de Lyon, la Région Rhône-Alpes et de nombreuses entreprises de la région lyonnaise ont également apporté leur contribution à cette acquisition. Se sont enfin ajoutés des crédits propres dégagés par le musée du Louvre. AXA concrétise ainsi à nouveau son engagement fidèle au musée du Louvre et réalise, par la même occasion, un beau partenariat avec un musée régional.

Préservation des oeuvres d'art

"AXA Art Research Grant" avec la Tate Modern à Londres.

AXA Art, la filiale du Groupe AXA dédiée à l'assurance des oeuvres d'art, s'associe à des institutions prestigieuses afin de faire avancer la recherche et mieux comprendre l'évolution des matériaux utilisés pour créer des oeuvres. De 2006 à 2009, AXA Art finance les travaux de recherches d'une équipe de scientifiques de la Tate Modern, le prestigieux musée d'art contemporain de Londres, portant sur l'évolution et le traitement des peintures acryliques contemporaines.

Consulter...

- AXA Art au Royaume-Uni

Mécénat culturel

Belgique

En Belgique, AXA s'implique dans de nombreux événements artistiques, notamment le parrainage de concerts de musique classique (« Concours Reine Elisabeth », « Nuit musicale de Beloeil ») et d'expositions (« Europalia », « L'Art pré-colombien »...).

Consulter...

- AXA en Belgique

"AXA Art, partenaire du projet Louvre - Atlanta"

Un partenariat exceptionnel de trois ans entre le musée des Beaux-Arts d'Atlanta et le musée du Louvre de Paris va permettre à plusieurs chef-d'oeuvre d'être admirés pendant plusieurs mois, souvent pour la première fois, au sein du musée d'Atlanta. Celui-ci accueillera entre 2006 et 2009 des peintures, des sculptures ainsi que diverses pièces d'antiquités d'artistes aussi extraordinaires que Raphael, Poussin, Rembrandt, Velasquez ou Houdon issues des collections du Louvre.

AXA Art, leader mondial de l'assurance des objets d'art et des collections, est fier d'être le partenaire principal de ce projet exceptionnel.

Préservation du patrimoine mondial

Dès 2005, AXA s'est engagé de façon précurseur dans un nouveau programme international de protection du patrimoine mondial développé par l'organisation non gouvernementale Vocations Patrimoine, en partenariat avec le Centre du Patrimoine Mondial de l'UNESCO et Mazars. Inscrit dans une perspective de développement durable culturel et économique, ce programme couvre deux domaines d'intervention du mécénat d'AXA : éducation et patrimoine. Il a pour objectif, via l'attribution de bourses scolaires, de former les futurs conservateurs de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO et de les accompagner dans leur projet de préservation, de mise en valeur et de développement économique d'un site et de son environnement dans le respect des valeurs qui ont permis son inscription sur la liste du patrimoine mondial. En 2006, AXA a permis à trois lauréats d'étudier des projets en Chine, en Inde et au Japon.

Le 5 novembre 2007 a eu lieu la deuxième remise de bourses UNESCO-Vocations Patrimoine à Paris en présence des deux partenaires fondateurs AXA et Mazars.
Voici les profils et les programmes d'étude des quatre étudiants soutenus cette année par AXA :

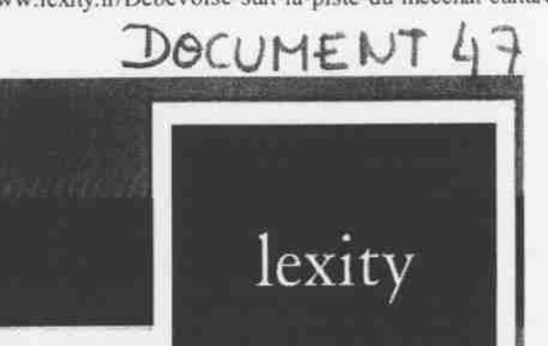
- **Gonzalo Banda-Cruz** (Equateur), University College Dublin, Irlande
  Projet : étude comparative de la gestion des zones protégées des Galapagos et le Parc National des îles Channels aux Etats-Unis d'Amérique ;
- **Giuseppe Ciambrone** (Italie), University College Dublin, Irlande
  Projet : étude de la gestion du Palais Royal de Caserte et ses jardins datant du XVIIIème siècle, l'aqueduc de Vanvitelli et le belvédère de San Leucio, dans la région de Campanie en Italie du Sud ;
- **Rusudan Mirzikashvili** (Géorgie), University College Dublin, Irlande
  Projet : étude comparative sur la conservation du patrimoine mondial en Géorgie à travers les monuments historiques de Mtskheta et les sites en Pologne, la République Tchèque, Hongrie et Slovaquie ;
- **Sophie Eberhardt** (France), University College Dublin, Irlande
  Projet : accompagnera l'organisation de la nouvelle Association des Biens Français du Patrimoine Mondial en facilitant, notamment, l'échange permanent de connaissances et d'expériences.

Pour rappel, sur la liste des 851 sites classés, 30 sont déclarés en danger. Le développement du tourisme, la pression immobilière dans les villes, le réchauffement climatique notamment nécessitent une meilleure gestion des sites. Les formations spécifiques soutenues par le programme « managers de sites » sont les premières créées pour agir dans ce domaine et faire changer les choses.

Vidéo "Cérémonie de remise des bourses 2007"

Page 138

DOCUMENT 47



« Précédent | Accueil | Suivant »

Debevoise suit la piste du mécénat culturel

En cette journée de riche actualité pour le Musée du Louvre, je vous rappelle l'action menée par le Cabinet Debevoise Debevoise & Plimpton LLP qui compte parmis les membres fondateurs du Cercle Louvre Entreprises.

LOUVRE

Petite explication de texte par le Musée sur ce statut de membre fondateur :

"Le coût de l'adhésion est de 128 000 €.

Conformément à la loi sur le mécénat du 1er août 2003, cette cotisation est déductible de l'impôt sur les sociétés à hauteur de 60%. Son coût réel net est donc de 51 200 €.

[...]

En tant que "membre fondateur", vous bénéficiez [...] des avantages [...] suivants :

- Mention de votre entreprise sur le plan-guide du musée distribué à tous les visiteurs francophones (édité à 2,5 millions d'exemplaires par an).

- Les dirigeants des entreprises ayant le titre de "membre fondateur" siègent de droit au Comité d'orientation du mécénat du musée du Louvre, réuni une fois par an, par le président-directeur pour le consulter sur les grandes orientations du musée en matière de

- Une visite privée des collections permanentes ou d'une exposition temporaire un jour de fermeture au public pour moins de 50 personnes, avec la possibilité d'organiser à la suite un petit-déjeuner.

[...]

- Droit d'organiser une réunion de travail par an pour moins de quarante personnes dans l'atelier Eugène Delacroix.

- Accès libre du personnel de votre entreprise aux collections permanentes du musée lors de la nocturne du mercredi de 18h à 22h (soumis à conditions).

- Droit de " premier regard " sur les projets de mécénat relatifs aux événements du musée du Louvre (expositions, Trésors Nationaux, rénovations de salles, ...).

- Priorité de réservation pour une location d'espaces du musée pour un diner ou un cocktail.

- Participation d'un conservateur lors d'une visite privée organisée par votre entreprise."

Le cabinet s'est par ailleurs, ou parallèlement, engagé dans une démarche de mécénat comme expliqué dans son communiqué de presse du mois de juillet :

Debevoise & Plimpton LLP conseille le musée du Louvre dans le cadre d'un Mécénat de compétences - July 14, 2006

Le cabinet d'avocats Debevoise & Plimpton LLP et l'Etablissement public du musée du Louvre ont signé une convention de Mécénat de compétences pour une durée de trois ans.

A travers ce partenariat, le cabinet Debevoise & Plimpton LLP fera bénéficier le musée du Louvre de diverses prestations de conseil juridique, notamment en matière de droit public et de droit international. Les équipes du cabinet Debevoise & Plimpton LLP participent ainsi à divers projets menés par l'Etablissement public, en l'assistant dans la préparation des dossiers nécessaires à leur mise en œuvre dans le strict respect de la législation.

« Le Louvre remercie le cabinet Debevoise & Plimpton LLP de s'être engagé dans cette action de mécénat. L'Etablissement Public du musée du Louvre mène actuellement des projets novateurs et sans précédents dans l'univers muséal français, avec notamment l'ouverture d'un établissement à Lens ou le développement de partenariats internationaux, et dans ce contexte le soutien juridique d'un cabinet international de la renommée de Debevoise & Plimpton LLP nous est particulièrement utile. », a déclaré Henri Loyrette, Président directeur du Louvre.

Frédéric Aznar

Lexity est publié par Axessit, agence conseil en communication et marketing des avocats.

EX-NIHILO
NEWBIZ
PROFESSION
DEALS
AGENDA
SUR LE NET
GEEKS
CONTACTS
COMMISSION DARROIS

avocats batonnat blog blogs brèves buzz candidat cinema client cnb communication comptables conférence crise délocalisation elections évènement formation humour institutions internet justice livre logo marketing mecenat musique newsletter notaires ordre photographies

page 139

« Debevoise & Plimpton LLP est très fier d'être associé au musée le plus prestigieux du monde. Ce mécénat s'inscrit parfaitement dans la tradition citoyenne de Debevoise & Plimpton LLP qui est mondialement reconnu pour son engagement de longue date dans les activités d'intérêt général. », a ajouté Raman Bet-Mansour, managing partner du bureau de Paris de Debevoise & Plimpton LLP.

Signalons d'ailleurs que le Cabinet Debevoise n'est pas le seul engagé dans une démarche de mécénat culturel à l'image d'Ashurst, partenaire du Musée des Arts Décoratifs.

Mardi 06 Mars 2007 Permalien | Commentaires (0)

politique presse pub radio recrutement tv usa vacances video

Rapport de la Commission Darrois ... un poisson d'avril ?

Commis d'Office par Hannelore Cayre vous avez adoré le livre, bientôt le film !

Gros plan sur les cartes de visites

La Justice 2.0

Voeux 2009 : rencontre avec Hammonds Hausmann

Voeux 2009 : en selle avec le cabinet SAJET ...

Les avocats du Barreau de Rochefort ne déménageront pas !

Mon avocat m'a enfumé ...

C'est la crise ...

Jean Castelain élu dauphin de l'Ordre ... ses premiers mots

Maitre Eolas

Olivier Sanviti

UJA Paris

Tom Kane (US)

Le Blog Dalloz

Droit Administratif

AADPC Avocats Baux Commerciaux

Pierre Breese - CPI

Le petit musée des marques

La Revue Hammonds Hausmann

Location appartement à Isola 2000

Associations des Médiateurs Européens

MARCHE D... HOT TOP

- Immobilier US, vers une reprise
56 days 14 hr 19 min ago

L'expansion revient sur le marché de l'immobilier US. Peut-on penser que le marché immobilier va se reprendre ?La purge de l'immobilier américain est-...

+ Capitaine Madoff, une pointe d'humour

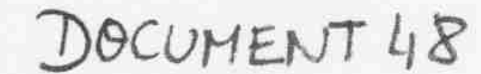
+ Le nouveau DG de Meilleurtaux.com rassure

+ Prix de l'immobilier toujours en baisse au Royaume-Uni

+ La boîte à outils : vidéos de bricolage

< 1/3 > by Kliosk

Page 140





Cinéma

Groupama a choisi d'investir très largement le champ d'action du mécénat culturel, notamment celui du cinéma. En 20 ans, la Fondation Groupama Gan pour le Cinéma est devenue l'un des principaux partenaires privés du cinéma français.

La fondation Groupama Gan pour le cinéma



Depuis plus de 20 ans, la Fondation Groupama Gan pour le Cinéma soutient le cinéma français, tant dans le domaine de la production que de la distribution et de l'exploitation. Elle contribue également à la sauvegarde du patrimoine cinématographique mondial.

Aide à la création
Dans ce domaine, la fondation intervient très en amont du montage financier pour permettre au producteur de continuer à développer le projet avec d'autres partenaires. Une subvention de 67 600 euros est allouée à chaque projet.

En 20 ans, la fondation a ainsi soutenu plus de 130 films et aidé plus de 100 producteurs. Aujourd'hui, ce soutien est considéré comme un label de qualité.

Evénements
La fondation est partenaire de plus d'une trentaine de manifestations cinématographiques par an, en France et à l'étranger. Elle leur apporte une aide financière, organise des projections exceptionnelles ou décerne des prix, comme le prix « Un Certain Regard » au Festival de Cannes.

Restauration de films anciens
La fondation apporte régulièrement son concours à la restauration de chefs-d'œuvre du cinéma mondial. C'est le cas en 2008, pour les films « Sur les terres fertiles » du turc Erden Kiral et « La guerre est finie » du français Alain Resnais.

Autres actions de mécénat culturel

Page 141

L'Opéra de Paris
Groupama, mécène de l'Opéra, contribue au rayonnement et au développement de l'Opéra de Paris à travers le monde.

Le Musée du Moyen-Âge
En permettant au Musée du Moyen-Âge de présenter une œuvre d'intérêt majeur, un coffret en ivoire du XIVème siècle, Groupama prolonge son engagement pour la conservation du patrimoine.

La Fondation Groupama Gan pour le cinéma

Page 142

DOCUMENT 49

Ministère de la **Culture** et de la **Communication**

Communiqué de presse







Contacts presse

Département de l'information et de la communication
01 40 15 80 11
service-de-presse@culture.gouv.fr

Mission du mécénat
Robert Fohr
01 40 15 79 15
robert.fohr@culture.gouv.fr

Une nouvelle promotion de Grands Mécènes du Ministère de la Culture

Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, a remis, le mercredi 11 février 2009, la distinction de "Grand Mécène du Ministère de la Culture" à cinq entreprises et fondations françaises et étrangères : Bouygues, Hermès/Fondation d'entreprise Hermès, Fondation Macdonald Stewart, Société Générale et Les Fondations Velux.

Les entreprises et fondations ainsi distinguées comptent parmi les plus grands mécènes de la vie culturelle en France. Leur action contribue à la préservation de notre patrimoine, à la diffusion des arts et au dynamisme de la création contemporaine. Elle participe également au rayonnement international de notre pays.

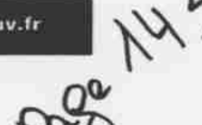
Les opérations et projets soutenus par Bouygues contribuent à la sauvegarde autant qu'au renouvellement de notre patrimoine. C'est le cas de sa participation à la restauration de l'Hôtel de la Marine, place de la Concorde, à Paris, aujourd'hui en cours d'achèvement. Fidèle aux traditions de la Maison Hermès, la Fondation d'entreprise Hermès, créée en 2008, soutient la création contemporaine et œuvre à la préservation et à la valorisation des métiers d'art. La Fondation Macdonald Stewart (Montréal, Québec) se consacre à l'enrichissement de la mémoire commune franco-canadienne par le soutien à des musées, la restauration de monuments, le développement des liens culturels. La Société Générale est l'un des plus généreux mécènes de la vie musicale et de la création plastique contemporaine. Enfin, les Fondations Velux, d'origine danoise, financent d'importants chantiers de restauration du patrimoine, comme celui des vitraux de la Sainte-Chapelle à Paris.

Créée en 2003, la distinction qui leur revient aujourd'hui exprime la reconnaissance de l'Etat envers les entreprises, fondations, associations ou personnes privées dont l'engagement contribue à l'enrichissement de notre vie culturelle.
La liste des distinctions déjà attribuées est accessible sur : www.mecenat.culture.gouv.fr

Elles ont été décernées dans le sillage de la loi du 1er août 2003, qui a marqué un véritable tournant en reconnaissant le rôle des mécènes et donateurs privés dans les grandes causes d'intérêt général. Cette loi a permis un essor remarquable du mécénat au cours des cinq dernières années.

Le ministère de la Culture et de la Communication s'efforce aujourd'hui d'en améliorer le fonctionnement. En 2007, il a obtenu l'extension du bénéfice du mécénat aux particuliers soutenant le spectacle vivant et les expositions d'art contemporain, ainsi que la mise en place d'un dispositif incitatif pour les redevables de l'ISF qui souhaitent verser des dons aux institutions de recherche et aux établissements d'enseignement supérieur. En 2008, il a également obtenu la création d'un « fonds de dotation » destiné au mécénat de très long terme. Ces dispositions constituent les avancées les plus récentes d'une législation considérée comme l'une des meilleures au monde.

Paris, le 12 février 2009



DOCUMENT 50



Une politique originale de mécénat culturel signée « Patrimoines d'hier, Trésors d'avenir »

Depuis 2003, Natixis contribue, auprès d'institutions culturelles, à révéler au grand public les trésors cachés du patrimoine et contribuer à une meilleure compréhension du monde et de son évolution.

Notre politique originale de **mécénat culturel** signée « Patrimoines d'Hier, Trésors d'Avenir » réunit et confronte passé et avenir, patrimoine et création, art et science pour donner aux actions ponctuelles un sens particulièrement riche, garant de prolongements pérennes. Cette dimension pro active est essentielle pour Natixis et apporte ainsi un nouvel éclairage à des œuvres du patrimoine français et international.

Les actions de mécénat culturel menées par Natixis :

Valorisation des trésors de la collection Georges Méliès et de son apport à la cinématographie d'aujourd'hui. L'exposition « Méliès, magicien du cinéma » à la Cinémathèque française, ouverte au public le 16 avril 2008, s'accompagne de multiples occasions de découvertes et d'approfondissements du savoir autour de ce génial précurseur : projections, catalogue, recherches, séances jeunes publics, ...

Financement du programme de numérisation en 2007 de la Collection Albatros. Propriété de la Cinémathèque Française, cette collection de 54 films datant de l'entre deux guerres présente un intérêt majeur du point du vue du patrimoine cinématographique et de l'histoire de la Cinémathèque.

Parrainage du Festival Européen des Quatre Ecrans, dont la première édition s'est tenue à Paris en septembre 2007. Ce festival est la première pierre d'un projet citoyen large et ambitieux : créer et animer en Europe un espace de recherche et de débat vers une culture de l'image fondée sur une exigence de sens.

Valorisation d'une collection unique de films d'animation des premiers temps (1892-1948) conservés au Centre national de la cinématographie (CNC) par les Archives françaises du film. Le public a pu découvrir ces trésors lors de la rétrospective « Du praxinoscope au cellulo, un demi-siècle de cinéma d'animation en France » qui s'est tenue à la Cinémathèque Française en octobre 2007.

Soutien à l'acquisition par l'État français pour le Mobilier national des 8 tapisseries manquantes de la tenture d'Artémise. Elle est, depuis mai 2007, exposée dans son intégralité à la Galerie des Gobelins où elle est une pièce maîtresse d'une exposition unique retraçant l'histoire de la manufacture de 1607 à nos jours.

Création de la Galerie multimédia et du portail documentaire du musée du Quai Branly, donnant ainsi accès à l'intégralité de la collection sur Internet.

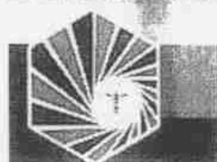
Présentation de l'exposition XRays au Musée national Picasso, réalisée par Xavier Lucchesi, artiste plasticien contemporain et en partenariat avec le C2RMF (Centre de Recherche et de Restauration des Musées de France). Cette exposition révèle la structure interne des plâtres de Picasso grâce à la technique de la radiographie.

Financement du transport, de l'étude et de la scénographie des monumentaux Globes terrestre et céleste de Coronelli, chefs-d'œuvre du XVIIème siècle présentés au public au Grand Palais en septembre 2005, avant leur installation définitive à la Bibliothèque nationale de France (BnF) en octobre 2006.

Soutien à l'acquisition par l'État français d'un Trésor National, La Jeune Fille à la gerbe, sculpture en terre cuite de Camille Claudel venue rejoindre en 2004 sa réplique en marbre d'Auguste Rodin, Galatée, dans les collections du musée Rodin. Une étude du C2RMF (Centre de Recherche et de Restauration des Musées de France) a permis de mettre en valeur les méthodes de travail propres à ces deux artistes.

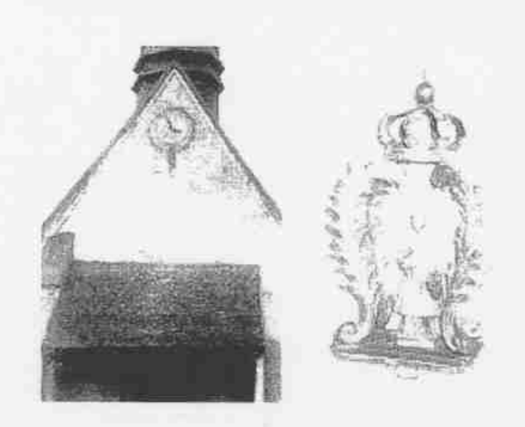
Page 144





Projets en recherche de Mécènes dans l'Yonne

Au-delà, des incitations fiscales et des contreparties, le Mécénat est avant tout le coup de cœur d'une ou plusieurs entreprises vers un projet culturel ou artistique. C'est pourquoi la CCI de l'Yonne vous propose de présenter sur son site les projets en recherche de Mécènes dans l'Yonne (et exclusivement ceux ayant un lien avec le Département de l'YONNE). La Fondation du patrimoine peut intervenir sur des opérations portées par des collectivités locales comme celles que nous vous présentons ci-dessous, mais elle peut aussi intervenir sur des projets de restauration du patrimoine privé, n'hésitez pas à les contacter : www.fondation-patrimoine.com/fr/delegations-region.php4



Restauration de l'église Notre dame à Champs sur Yonne

Campée au centre du village de Champs sur Yonne, L'Église Notre-Dame de Liesse date de la fin du 13ème siècle. Elle dépendait à l'origine du couvent Saint Julien d'Auxerre.
Sa très belle voûte en bois en forme de vaisseau renversé a retrouvé son aspect d'origine, lors de sa restauration sous l'impulsion des « Amis Du clocher ». Elle est constituée de douelles de châtaigner, matériaux utilisés fréquemment dans la région vigneronne de Bourgogne. Un inventaire dressé en 1710, mentionne la présence de plusieurs statues de pierre ou de bois doré.
--> **Consultez la fiche du projet**



Restauration des intérieurs de l'église Saint Georges de Chemilly sur Yonne Dégagement et consolidation des peintures murales

L'église Saint Georges de Chemilly sur Yonne est représentative des édifices à deux nefs illustrant l'architecture religieuse auxerroise des XVe et XVIe siècles. Deux époques de construction caractérisent le bâtiment, la plus ancienne, remonte au XIIIe siècle; la plus récente date du XVIe.
--> **Consultez la fiche du projet**



Restauration de l'harmonium de l'Église de Saint Loup Villethierry

Depuis une dizaine d'années, la commune de Villethierry poursuit les efforts entrepris en 2001 pour la restauration du gros œuvre de l'église puis des tableaux.
C'est maintenant la restauration de l'Harmonium Dumont & Cie qui mérite toute l'attention des mécènes. Médaille d'exposition en 1906, cet instrument imposant est une originalité de par sa présentation et ses sonorités.
Restauré, l'instrument retrouvera sa splendeur musicale ce qui peut en faire une belle curiosité patrimoniale
--> **Consultez la fiche du projet**



Soirées "Théâtre et musique" au Château de Nailly

Allier théâtre, musique et découverte du patrimoine local...
Proposer un moment culturel de qualité dans un lieu d'exception...
La seconde édition de ces soirées attend des mécènes pour pérenniser cette manifestation afin qu'elle devienne un Rendez-vous culturel d'été dans le Nord de l'Yonne.
--> **Consultez la fiche du projet**

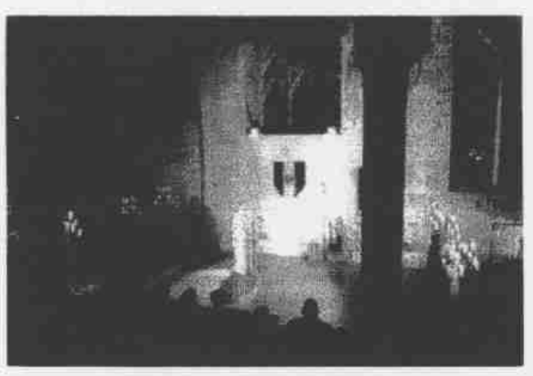
Salle de danse de Saint Fargeau

Inaugurée en 2006, gérée par l'école de musique et de danse de la Puisaye, la salle de danse de Saint-Fargeau est un pôle d'activités chorégraphiques sans équivalent en Puisaye. Deux projets originaux vont y être développés : un nouveau festival « le Tour de Danse » et une nouvelle action « Artistes en résidence ».
--> **Consultez la fiche du projet**



Restauration de l'Abbaye de Reigny

Depuis 2005, L'abbaye de Reigny, grand témoignage de la vie et de l'art cistercien, est accessible au public. Ses propriétaires ont entrepris d'importants travaux de restauration et d'embellissement afin de faire revivre ce lieu magique qui contribue à enrichir la vie culturelle et touristique de la région.
--> **Consultez la fiche du projet**



Saison culturelle de l'Abbaye de Reigny

Le calendrier de la saison 2009 promet d'être riche en évènements :
Il débutera durant le week-end de Pâques avec un concert gratuit de choeurs et musiques sacrées ainsi que la traditionnelle chasse aux oeufs qui fait le bonheur des enfants. En juin, les « Rendez-vous aux jardins » permettront au public de se familiariser avec la mise en valeur et la protection des parcs et jardins. Le mois de juillet sera marqué par la 4ème édition du festival « Paroles et musiques » (du 10 au 14 juillet).
--> **Consultez le programme**



Devenir Mécène du cabaret Escale de Migennes

L'Escale est une nécessité culturelle pour l'Yonne. C'est un outil qui répond aux besoins et aux attentes d'un public de plus en plus nombreux. Vous pouvez aujourd'hui mettre votre entreprise sur le devant de la scène en devenant mécéne de ce cabaret !
--> **Consultez la fiche du projet**



Ecole de Musique et de Danse du Pays de Puisaye-forterre

La dynamique culturelle engagée sur le territoire via l'école de musique depuis plus de 15 ans, en fait un partenaire privilégié pour toutes les entreprises souhaitant soutenir des actions touchant les familles poyaudines ou développer

Page 146



une image associant ruralité, culture, innovation et action européenne.
--> **Consultez la fiche du projet**



Ville d'Avallon : restauration de la Maison des Sires de Domecy (yonne)

La ville d'Avallon recherche de mécènes pour la restauration de la maison des sires de Domecy qui deviendra un véritable espace culturel dans la quartier historique de la ville
--> **Consultez la fiche du projet**



Musées de SENS : restauration de 5 portraits attribués à Jean Cousin (Yonne)

Les Musées de Sens ont pu acquérir, grâce à des soutiens financiers publics et privés, cinq portraits qui sont attribués au grand artiste de la Renaissance, d'origine sénonaise, Jean Cousin. Les Musées de SENS recherchent des mécènes pour faciliter leur restauration.
--> **Consultez la fiche du projet**



Commune de Villon : restauration de 6 fresques murales et du tableau "La naissance de la Vierge" (Yonne)

Les travaux de restauration ont été achevés achevés.
--> **Consultez la fiche du projet**



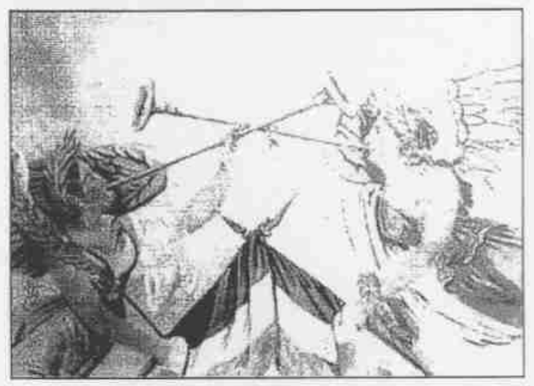
Le nouveau musée Zervos à Vezelay (Yonne)

Seul musée spécialisé en art moderne en Bourgogne, le musée Zervos de Vézelay renforce l'attrait culturel et touristique de Vézelay et de sa région.
--> **Consultez la fiche du projet**



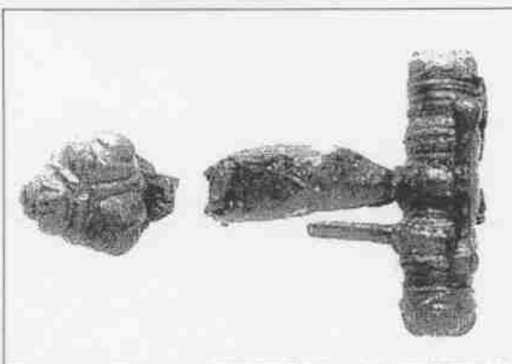
Développer l'art dans l'Yonne avec le Centre d'Art de l'Yonne

Le centre d'art de l'Yonne est un pôle ressource du département. Il organise des expositions, des conférences, des colloques, des animations envers les publics et le monde scolaire dans le domaine des arts visuels et des arts plastiques.
--> **Consultez la fiche du projet**



Restauration du Théâtre de BRIENON (Yonne)

103 donateurs ont permis de réunir 22 000 €, somme doublée par la Fondation du Patrimoine pour participer à la restauration du théâtre.
Le chantier a duré 2 ans, c'est tout le bâtiment qui a du être réhabilité et consolidé, pour un budget total de 641 000 € au lieu des 389 000 € prévus initialement.
--> **Consultez la fiche du projet**



Les Sénons, restauration des objets archéologiques à Sens (Yonne)

En prenant et en pillant Rome au début du mois de juillet 387 avant Jésus-Christ, les Sénons font une entrée fracassante dans l'Histoire. Ces peuples barbares sont mieux connus aujourd'hui grâce aux découvertes archéologiques faites en Europe et en Italie depuis le 19e siècle...
--> **Consultez la fiche du projet**

Si l'un de ces projets vous intéresse, contactez :
Marie-Christine SIDOU
Tél. : 03.86.49.40.85
mail : **mc.sidou@yonne.cci.fr**

Si vous aussi, vous souhaitez déposer un projet, **cliquez ici !**

Retour à l'accueil du site



DOCUMENT 52

ANNEXE


N° 11580*03

Reçu au titre des dons à certains organismes d'intérêt général

Numéro d'ordre du reçu

Articles 200, 238 bis et 885-0 V bis A du code général des impôts (CGI)

Bénéficiaire des versements

Nom ou dénomination :

....

Adresse :

N°.......... Rue..

Code postal .... Commune ....

Objet :

....

....

....

Cochez la case concernée (1) :

☐ Association ou fondation reconnue d'utilité publique par décret en date du ..../...../.......... publié au Journal officiel du ..../....../.......... ou association située dans le département de la Moselle, du Bas-Rhin ou du Haut-Rhin dont la mission a été reconnue d'utilité publique par arrêté préfectoral en date du ..../..../........

☐ Fondation universitaire ou fondation partenariale mentionnées respectivement aux articles L. 719-12 et L. 719-13 du code de l'éducation

☐ Fondation d'entreprise

☐ Oeuvre ou organisme d'intérêt général

☐ Musée de France

☐ Établissement d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique public ou privé, d'intérêt général, à but non lucratif

☐ Organisme ayant pour objet exclusif de participer financièrement à la création d'entreprises

☐ Association cultuelle ou de bienfaisance et établissement public des cultes reconnus d'Alsace-Moselle

☐ Organisme ayant pour activité principale l'organisation de festivals

☐ Association fournissant gratuitement une aide alimentaire ou des soins médicaux à des personnes en difficulté ou favorisant leur logement

☐ Fondation du patrimoine ou fondation ou association qui affecte irrévocablement les dons à la Fondation du patrimoine, en vue de subventionner les travaux prévus par les conventions conclues entre la Fondation du patrimoine et les propriétaires des immeubles (article L. 143-2-1 du code du patrimoine)

☐ Établissement de recherche public ou privé, d'intérêt général, à but non lucratif

☐ Entreprise d'insertion ou entreprise de travail temporaire d'insertion (articles L. 5132-5 et L. 5132-6 du code du travail).

☐ Associations intermédiaires (article L. 5132-7 du code du travail)

☐ Ateliers et chantiers d'insertion (article L. 5132-15 du code du travail)

☐ Entreprises adaptées (article L. 5213-13 du code du travail)

☐ Agence nationale de la recherche (ANR)

☐ Société ou organisme agréé de recherche scientifique ou technique (2)

☐ Autre organisme : ....

(1) ou n'indiquez que les renseignements concernant l'organisme

(2) dons effectués par les entreprises



Donateur

Nom : .... **Prénoms :** ....

Adresse : ....

Code postal .... **Commune** ....

Le bénéficiaire reconnaît avoir reçu au titre des dons et versements ouvrant droit à réduction d'impôt, la somme de :

[ ] **euros**

Somme en toutes lettres : ....

Date du versement ou du don : ..../................/...................... .

Le bénéficiaire certifie sur l'honneur que les dons et versements qu'il reçoit ouvrent droit à la réduction d'impôt prévue à l'article (3) : ☐ 200 du CGI ☐ 238 bis du CGI ☐ 885-0 V bis A du CGI

Forme du don :

☐ Acte authentique ☐ Acte sous seing privé ☐ Déclaration de don manuel ☐ Autres

Nature du don :

☐ Numéraire ☐ Titres de sociétés cotés ☐ Autres (4)

En cas de don en numéraire, mode de versement du don :

☐ Remise d'espèces ☐ Chèque ☐ Virement, prélèvement, carte bancaire

(3) L'organisme bénéficiaire peut cocher une ou plusieurs cases.

L'organisme bénéficiaire peut, en application de l'article L. 80 C du livre des procédures fiscales, demander à l'administration s'il relève de l'une des catégories d'organismes mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

Il est rappelé que la délivrance irrégulière de reçus fiscaux par l'organisme bénéficiaire est susceptible de donner lieu, en application des dispositions de l'article 1740 A du code général des impôts, à une amende fiscale égale à 25 % des sommes indûment mentionnées sur ces documents.

(4) notamment : abandon de revenus ou de produits ; frais engagés par les bénévoles, dont ils renoncent expressément au remboursement

Date et signature

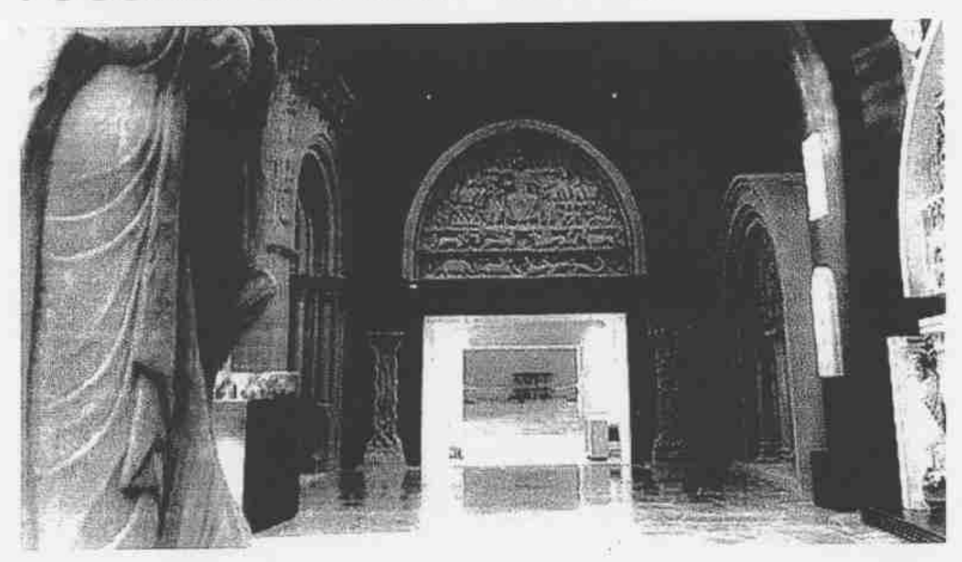
......./......./ ....

Page 150

DOCUMENT 53

LE FIGARO·fr

Les entreprises mécènes recentrent leur action



L'exposition « Picasso et les maîtres » au Grand Palais est aidée par LVMH. La Cité du patrimoine et de l'architecture (ci-dessus) ainsi que l'Opéra de Paris font face cette année à une certaine frilosité des entreprises. Crédits photo : Le Figaro

La crise oblige les entreprises à rationaliser leur politique d'aide aux expositions, aux spectacles et à la sauvegarde du patrimoine.

« La crise complique nos équations financières. » Qu'en termes choisis ces choses-là sont dites ! Elles résument, dans l'anonymat, l'état d'esprit actuel des institutions culturelles. Depuis la tourmente américaine, qui s'est répandue dans le monde entier, les mécènes se font un peu tirer l'oreille pour s'engager fermement à financer tout ou partie d'une exposition, d'un spectacle ou d'une restauration.

Quand aux soirées dites « privatisées » - une entreprise loue pour ses clients ou ses salariés un théâtre ou un musée -, elles sont annulées en cascade, créant des manques à gagner un peu partout. « Les budgets publics baissent et certaines entreprises mécènes ont le pied sur le frein. Pourtant, il y a de plus en plus de projets culturels », constate Philippe Fouchard, responsable d'Agenda, une agence de communication culturelle.

« Avoir des critères de choix »

Au mieux, c'est l'attentisme qui prévaut. Au pire, les entreprises opèrent des coupes claires. Mécène très en vue dans plusieurs musées, LVMH concède qu'il ne faut « plus s'éparpiller ». L'entreprise qui a notamment rendu possible l'exposition « Picasso et les maîtres » au Grand Palais (le grand succès de cette fin d'année) ne compte pas se retirer de la culture, une des passions de Bernard Arnault. « Il ne faut pas baisser les bras mais faire en sorte que chaque euro

Page 151

investi ait du sens », explique Jean-Paul Claverie, responsable du mécénat chez LVMH.

Actuellement engagée dans plusieurs actions de mécénat culturel, la fondation Total parle aussi de « réorganisation » et de « quête de sens ». « Le dirigeant qui rencontre un artiste lors d'un dîner en ville puis nous transmet son vœu de le voir financer par notre fondation, c'est du passé. Il faut être rigoureux, avoir des critères de choix et d'évaluation de nos actions », explique Catherine Ferrant, directrice du mécénat. Chez Bouygues Télécoms, la même démarche de rationalisation a lieu : fini, les coups de cœur des salariés sans but aucun. Des axes sont désormais prioritaires. Et, côté culture, l'entreprise va favoriser la promotion de la langue française, avec le soutien à un prix littéraire.

Tandis que les entreprises mettent un peu d'ordre dans leurs affaires et attendent des jours meilleurs, les patrons d'institutions culturelles sont obligés, eux, de se transformer en véritable VRP pour trouver des sous.

« Nous sommes inquiets », explique François de Mazières, qui dirige la Cité du patrimoine et de l'architecture. « Nous avons des partenaires réguliers dans les secteurs de l'immobilier et de l'architecture, autant de domaines d'activité qui sont fragilisés. » La Cité, pour qui le mécénat et la location de salle représentent près de 20 % de son budget, a dû faire face à l'annulation de plusieurs soirées privées. « Nous avons la chance d'avoir une programmation forte en 2009, avec une exposition sur le Grand Paris et une sur l'habitation écologique. Ces deux thèmes ont trait à l'actualité et sont susceptibles d'intéresser des entreprises. » Mais, ajoute-t-il, « je dois désormais me glisser dans la peau d'un commercial ».

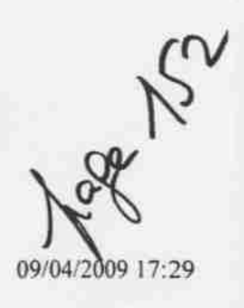
Une concurrence sévère

L'Opéra de Paris, adresse prestigieuse pour un mécène, se fait la même réflexion. Confronté à une « frilosité » des entreprises, ainsi qu'à l'annulation de quatre des dix soirées de gala initialement prévues, l'Opéra admet qu'il « va - falloir faire des efforts » pour trouver de l'argent. « Nous avons un cercle d'entreprises très fidèles mais la concurrence est sévère », explique-t-on à l'Opéra. « En dix ans, mon métier a changé », abonde de son côté Henri Loyrette, président du Louvre, dont la moitié du budget est composé de fonds privés.

Parce que les institutions ont de plus en plus besoin de fonds, que les entreprises y trouvent leur compte - en interne et en externe -, le mécénat a tout de même de beaux jours devant lui. La loi de 2003 a par ailleurs instauré des incitations fiscales pour les mécènes, en soutien de cette politique. « La crise n'aura qu'un temps, affirme Robert Fohr, responsable du mécénat au ministère de la Culture. En revanche, le mécénat est entré dans les mœurs. » Mais l'ère de l'argent facile, de la danseuse du patron et de la subvention trop généreuse semble terminée.

»En Maine-et-Loire, les PME sont fières d'aider la culture

» Marianne Eshet : «Le mécénat se construit dans la durée»



Actualités - Culture

Il faut sauver nos cathédrales

Patrimoine. Les églises de France en peine d'entretien et de crédits.

Bruno de Cessole, le 18-12-2008



SIPA

Toutes convictions confondues, les Français sont attachés à leurs églises, or celles-ci sont, pour beaucoup, en péril. Une situation qui résulte de la diminution des crédits mais aussi de l'indifférence.

En 1914 Maurice Barrès publiait *la Grande Pitié des églises de France*, cri d'alarme adressé au gouvernement français à propos du délabrement inquiétant des lieux de culte en France. « *Qu'allez vous faire M. Briand pour empêcher nos églises de mourir ?* » interrogeait l'auteur de *la Colline inspirée*. Le socialiste Aristide Briand, maintes fois ministre et président du Conseil, avait été, de fait, le rapporteur de la loi de séparation des Églises et de l'État, loi qui fut – involontairement – à l'origine de la dégradation du patrimoine cultuel français.

C'est aux communes, en effet, que le texte législatif confiait l'entretien des églises, décision désapprouvée, à l'époque, par 50 % des maires. En revanche, la loi de 1905 attribuait à l'État l'entretien des cathédrales, le mot étant entendu au sens de circonscription cultuelle et administrative : église épiscopale d'un diocèse. Depuis le Concordat de 1802, on compte une cathédrale par département, ce qui excluait une quarantaine d'églises cathédrales existant sous l'Ancien Régime. Aux termes de la loi, les dépenses de gros oeuvre sont assumées par l'État, le clergé prenant en charge les frais de fonctionnement courant, comme le chauffage, l'éclairage ou, plus récemment, la sonorisation.

Dès la mise en application de la loi de 1905 un certain nombre d'églises ne pouvant être entretenues par de petites communes furent laissées à l'abandon ou détruites, situation qui motiva l'enquête puis l'intervention de Barrès au Parlement, et, enfin, conséquence inattendue, la rédaction, par le député Salomon Reinach, de la fameuse loi de 1913 sur la protection des monuments historiques. À y regarder de près, le nombre d'édifices désaffectés a été relativement faible : on avance que 144 églises, dont une trentaine bâties au XIXe siècle, ont perdu leur statut cultuel, et été affectées à un autre usage ou démolies. Sur les quelque 45 000 églises de France, ce nombre est faible, et plus insignifiant encore rapporté au chiffre global d'édifices cultuels qui atteint les 100 000 en incluant les chapelles.

Cependant, la situation actuelle n'est pas sans rappeler celle du début du XXe siècle, et le titre de l'enquête de Barrès pourrait la qualifier avec autant de pertinence. C'est avec raison que l'on pourrait parler de "la grande pitié des églises de France", et notamment de la détresse des cathédrales, ces symboles éclatants du "blanc manteau" d'églises qui, depuis l'an mil, a recouvert la France.Un peu partout, les associations de sauvegarde du patrimoine signalent des églises en péril ou menacées de destruction, dans les villes comme dans les campagnes. Le problème est que la grande majorité de ces bâtiments appartient à des communes aux moyens limités, quand elles ne sont pas en déficit (75 % des églises sont du ressort de communes de moins de 3 000 habitants) et pour lesquelles le montant d'éventuels travaux excède de beaucoup le budget. Particulièrement lorsque ces bâtiments ne sont pas protégés au titre des Monuments historiques, ce qui est le cas des deux tiers des lieux de culte.Et même lorsqu'il s'agit d'édifices protégés, statut qui est celui des grandes cathédrales françaises, la situation reste préoccupante. Parmi les 89 cathédrales dépendant de l'État certaines, et parmi les plus prestigieuses, nécessitent des travaux à la fois considérables et urgents. Notamment, les cathédrales de Strasbourg, Chartres, Orléans, Rouen, Nantes, Bordeaux, Moulins et Bayonne.

La fameuse tempête de 1999 a causé des dégâts qui sont loin d'être réparés. Fondatrice de l'Observatoire du patrimoine religieux, créé en 2006 par Mme Béatrice de Andia, qui fut longtemps déléguée à l'action artistique de la Ville de Paris,mène avec les membres de son association, une action remarquable à la fois pour constituer une base de données exhaustive sur le patrimoine cultuel national, pour sauvegarder et faire connaître ce patrimoine souvent peu connu, pour alerter les autorités publiques, les associations de sauvegarde, les médias, sur des cas exemplaires, ou encore pour aider les communes qui cherchent des aides et des mécènes afin de restaurer des églises en péril. « *Notre patrimoine religieux*, plaide-t-elle, *est sans doute le plus important d'Europe, car la France a été, du Moyen Âge au XVIIIe siècle le pays le plus peuplé, avec une répartition de la population sur l'ensemble du territoire. Les communes créées par la Révolution se sont calquées sur les paroisses de l'Ancien Régime, mais il se trouve que ces paroisses comptaient, parfois, plus d'une église, de sorte que le nombre d'édifices cultuels, en comptant les chapelles, avoisine les cent mille. Privés d'aides publiques pour les deux tiers, ces lieux de culte ne peuvent, souvent, être entretenus et restaurés par des communes qui sont contraintes à arbitrer entre des choix plus pressants.De surcroît, le regroupement de communes, la désertification des campagnes, la baisse de fréquentation religieuse, font qu'il est tentant de laisser se dégrader ces édifices, qui, quand ils ne bénéficient pas de la protection au titre des monuments historiques, ne peuvent plus compter dès lors que sur le mécénat privé : la Fondation du patrimoine, La Sauvegarde de l'art français, par exemple, qui ont engagé de nombreuses actions de mécénat dans ce domaine. Pour les édifices classés ou protégés, des travaux en cours ont été, malheureusement, interrompus ou annulés faute de crédits. Actuellement l'État est en situation de retard sur les travaux engagés, ce qui place les entreprises spécialistes de la restauration des monuments historiques dans une situation délicate.Non payées par l'État, elles sont contraintes de licencier du personnel* (lire pages suivantes). *Partant, des monuments vont tomber en ruines, et c'est un savoir-faire artisanal unique qui risque de disparaître. Cette situation, hélas, ne paraît pas devoir cesser car les crédits d'État affectés à la restauration des monuments historiques sont en baisse d'au moins 20 %.* »

Cette situation critique, un rapport du Sénat, rédigé par Philippe Nachbar, "Monuments historiques : une urgence pour aujourd'hui, un atout pour demain", la dénonçait récemment. Selon la Direction de l'architecture et du patrimoine, 20 % des monuments classés seraient en situation de péril, soit 2 800 bâtiments sur un total de 15 000.Parmi ceux-ci, églises et chapelles sont au premier rang, et des démolitions sont inévitables. Un autre rapport, tout récent, de Jean-Jacques Aillagon, pour le Conseil économique et social, préconise de faire passer les cathédrales du giron de l'État dans celui des départements. Pour Béatrice de Andia, ce serait une erreur. « *M. Aillagon*, observe-t-elle, *introduit dans son rapport une distinction entre les cathédrales hautement "symboliques", que l'État continuerait d'entretenir, et les cathédrales "secondaires" que les départements devraient prendre en charge. Mais, sur quels critères décider qu'une cathédrale est d'intérêt national ou local ?* » De plus, ajoute-t-elle, il n'est pas envisageable de changer la loi de 1905 qui attribue l'entretien des cathédrales françaises à l'État.Voire.

La cathédrale moins bien lotie que la mosquée

Il est vraisemblable, tout à l'encontre, que la loi de 1905 fasse l'objet de modifications visant, comme le propose le rapport Machelon, remis en 2006, à un ministre de l'Intérieur du nom de Nicolas Sarkozy, à supprimer ou amender l'article 2 qui stipule que « *la République ne reconnaît [...] ni ne subventionne aucun culte* », mais aussi de changer le code général des collectivités territoriales afin que celles-ci puissent « *accorder des aides à la construction des lieux de culte* » sans « *instauration d'un plafond légal* ».

Ainsi, à la fin de l'année devrait s'achever le chantier de la grande mosquée de Strasbourg, financé en partie par des subventions publiques, à hauteur de 26 % du montant total des travaux. Dans le même temps, les travaux de restauration de la cathédrale de Strasbourg, budgétés en 2002, sont en panne. Plus de huit ans après la tempête de 1999, les dégâts occasionnés n'ont pas été réparés, comme c'est le cas pour d'autres édifices cultuels majeurs. Tandis qu'un vaste programme de construction de mosquées est en cours dans l'ensemble du pays, nos cathédrales sont en déshérence.Tel est le charme déconcertant du "paradoxe français".



Strasbourg Un appel au mécénat pour sauver cinq vitraux

L'Etat, l'archevêché et la ville de Strasbourg ont présenté vendredi une opération de mécénat destiné à récolter deux millions d'euros pour la restauration de cinq vitraux du XIVe siècle de la cathédrale.
L'archevêque de Strasbourg, Mgr Jean-Pierre Grallet, a présenté une plaquette intitulée *Devenez vous aussi bâtisseur de cathédrale* exhortant les entreprises et les particuliers à participer au financement de travaux de restauration de ces vitraux représentant des scènes de la vie de la Vierge et du Christ.
Les verrières ont été victimes de la pollution atmosphérique et des intempéries et les travaux doivent durer trois ans. Environ trois millions d'euros sont dépensés chaque année pour la conservation de la cathédrale de Strasbourg.



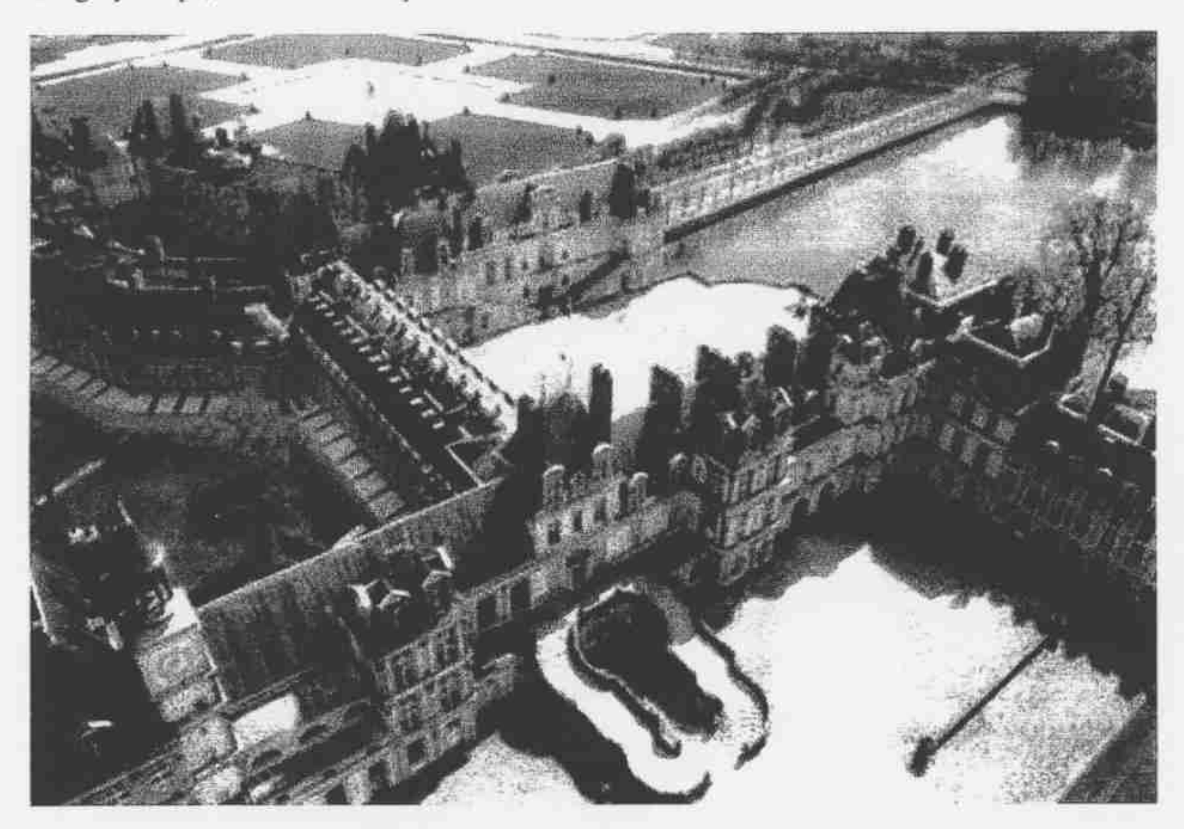
La plaquette est intitulée: «Vous aussi, devenez bâtisseur de cathédrale». Photo Jean-Marc Loos

DOCUMENT 56



Journées du patrimoine - Des chantiers et des cathédrales

Grégory Szeps, le samedi 20 septembre 2008 à 04:00



Stimuli de la création, ces journées exceptionnelles aiguisent l'imagination des hôtes. Avec un dynamisme décuplé, ils ouvrent leur cœur en déclinant leur passion et en jouant les guides d'un jour. Quelque 12 millions de visiteurs se sont ainsi laissé happer, l'année dernière, sur les différents pôles d'accueil. Toujours avec le soutien du ministère de la Culture, 15.000 sites et 21.000 animations seront ouverts à la curiosité des promeneurs sur tous les thèmes de la création. C'est bien la créativité qui servira de moteur à ces deux journées placées sous le signe de la passion. Comme la ministre de la Culture Christine Albanel l'a annoncé (lire notre édition d'hier), la cérémonie de mariage entre création et patrimoine sera célébrée avec tout le faste requis. Du musée du Louvre au métro parisien, qui remettra en fonction une rame datant de 1930, en passant par les tapisseries d'Aubusson, le classique sera à l'honneur tout comme la valeur des ouvrages d'art : les artisans des constructions navales de Dunkerque mettront en effet un point d'honneur à faire découvrir leur chantier-cathédrale.

Dans le fabuleux foisonnement des scénographies et des mises en lumière, voici un itinéraire capricieux avec, en apogée, le symbole de l'exception française : la tour Eiffel.

Renseignements sur **www.journéesdupatrimoine.culture.fr** ou au 0.820.202.502.

page 155

Les colonnes de Buren dans la tourmente

Au cœur d'une histoire d'amour triangulaire contrariée entre un artiste majeur, Daniel Buren, un certain public parfois choqué et les pouvoirs publics, les colonnes de Buren n'ont pas fini d'intriguer. Depuis leur installation, en 1986, elles se trouvent au cœur d'une incessante polémique. Les amoureux de l'art contemporain s'opposent aux réfractaires. Ce qui ne dérange pas les promeneurs et les enfants qui tournent autour d'elles et se photographient en équilibre sur ce qui devient un véritable chef-d'œuvre en péril. Controversées, piétinées, adorées, usées, abîmées, les sculptures et leur fontaine ont finalement été sauvées. Elles deviendront clou du spectacle de ces Journées du patrimoine. Et dire qu'elles ont échappé à la démolition – c'est le scénario catastrophe qui avait été envisagé par le créateur lui-même. Daniel Buren, jamais à court d'inspiration, a finalement créé des panneaux qui masquent le chantier de restauration avec des fenêtres sur les pièces de curiosité. Difficile pour le ministère de refuser de financer la réparation – le coût est estimé à plus de 5 millions d'euros – lorsque la cour d'honneur du Palais-Royal se trouve pile sous ses fenêtres. L'aspect des colonnes, l'asphalte, les caillebotis, les luminaires et les mécanismes de fontainerie seront rénovés.

« Bien que cette palissade soit a priori une obligation et qu'elle soit donc conforme aux lois en vigueur, elle sera également ici et pour l'occasion, une œuvre spécifique, une sorte de sculpture, dont je suis modestement l'auteur », a noté l'artiste.

Merci le mécénat

Quel rapport entre milliardaires étrangers et vie culturelle française ? Le mécénat. Plusieurs manifestations des Journées européennes du patrimoine ont ainsi bénéficié du concours de riches sponsors, à l'image de l'exposition Jeff Koons au château de Versailles ou des rétrospectives de Richard Avedon au Jeu de paume. Américains pour la plupart, ces généreux donateurs participent à leur manière à ce week-end culturel.

C'est la loi du 1er août 2003 qui a favorisé, selon la ministre de la Culture, Christine Albanel, « l'émergence d'une véritable culture du mécénat ». Aujourd'hui, outre les pontes de la finance étrangers, de grands groupes français, des PME, des TPE s'investissent et s'associent aux établissements culturels. L'acquisition de la console du dauphin, pièce mobilière datant de 1787, considérée comme un trésor national, est une des dernières actions marquantes. L'Etat a pu se la procurer grâce au mécénat d'un cabinet d'audit. Une merveille de plus meuble donc le domaine du Roi-Soleil, qui a retrouvé l'éclat original de sa galerie des Glaces en 2007 avec le concours de Vinci.

Edition France Soir du samedi 20 septembre 2008 n°19907 page 2





BJ. 5.3.1.

Les Echos
DOCUMENT 57 13/03/06

TENDANCES

Le mécénat s'ancre durablement dans les entreprises françaises

Pour le mécénat d'entreprise, 2005 se révèle un excellent millésime. Selon le sondage CSA-Admical que Jacques Rigaud, le président de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial, rend public aujourd'hui, 18 % des entreprises d'au moins 200 salariés le pratiquent désormais. Elles y ont consacré 1 milliard d'euros l'an dernier, encouragées par la loi du 1er août 2003 doublant les avantages fiscaux qui y sont liés. Si la progression des dépenses est évidente, la somme reste néanmoins difficilement comparable aux 350 millions relevés en 2002, l'enquête précédente ayant été de moindre ampleur.

Même si le tsunami intervenu fin 2004 a probablement engendré un élan de solidarité exceptionnel de la part des entreprises, comme cela l'a été des particuliers, Jacques Rigaud constate que, de plus en plus, *« le mécénat s'inscrit dans la durée et représente un choix stratégique, comme en témoigne la forte croissance du nombre de fondations. »*

Les PME en force

Preuve que le mécénat irrigue désormais l'ensemble du monde des affaires, les PME se taillent une place de choix : 53 % des entreprises mécènes emploient de 200 à 499 salariés, contre 32 % réunissant un millier de salariés ou plus. De même, le mécénat est de moins en moins une affaire parisienne puisqu'il concerne à 57 % des sociétés basées en région, traduisant leur volonté de s'ancrer dans leur environnement.

Restauration de la galerie des glaces du château de Versailles, financée par Vinci

Les entreprises mécènes par secteur d'activité

Secteur	%
Agroalimentaire	7 %
Commerce	8 %
Énergie, transports, construction	11 %
Industrie manufacturière	35 %
Services	39 %

« Les Echos » / Source : Admical-CSA / Photo : AFP

Phénomène nouveau, 30 % des entreprises pratiquent le mécénat de compétences. Au lieu d'apporter seulement de l'argent, elles encouragent leurs salariés à donner de leur savoir et de leur temps à une cause culturelle ou humanitaire. Si les entreprises améliorent ainsi leur image, elles font de ces opérations un vecteur de communication interne, renforçant la cohésion et la motivation des troupes.

Cette évolution va de pair avec l'intérêt croissant des entreprises pour la solidarité qui concerne les deux tiers des actions. La culture reste également un champ d'intervention privilégié, investi par 52 % des mécènes, contre 22 % pour le sport ou 19 % pour l'environnement et 11 % pour la recherche. Les firmes pratiquent souvent des opérations de « mécénat croisé », associant sport et solidarité, ou culture et environnement.

La répartition des opérations par secteur d'activité montre que 39 % des entreprises concernées proviennent des services et 35 % de l'industrie. En termes de montants investis, les services prennent même une nette avance, avec 72 % des sommes allouées grâce aux banques et aux assurances. Si le mécénat devient *« une mouvement de fond en France »*, Marianne Eshet, déléguée générale de l'Admical reconnaît toutefois *« qu'il reste un immense potentiel »* à exploiter.

MARTINE ROBERT

Page 157

DOCUMENT 58



RE CHEZ GALLIMARD : Le mécénat valeur actuelle, quand la :

Site réservé | Partenaires



> Admical›| Le Mécénat›| Vous êtes›| Le Répertoire›| Vos Questions›| Contact

Bilans et tendances

Les Bilans

Les chiffres clés

Les chiffres clés

2008 : d'excellentes nouvelles pour le mécénat d'entreprise !
Enquête ADMICAL-CSA

Marianne Eshet, déléguée générale d'Admical et Stéphane Rozès, directeur général de l'institut CSA ont présenté les résultats de la nouvelle enquête sur le mécénat d'entreprise en France. Et quels résultats ! Avec 2,5 milliards d'euros consacrés au mécénat, les entreprises se sont montrées très généreuses en 2008. Tous les domaines d'intervention en profitent, culture et solidarité en tête. D'autre part, l'élargissement et la diversité des pratiques se confirment.

Les 10 chiffres à retenir

23% des entreprises de 20 salariés et plus pratiquent le mécénat soit près de 30 000 entreprises

2.5 milliards d'euros consacrés au mécénat

47% des entreprises interviennent dans le domaine de la solidarité

63% du budget émane des entreprises de 200 salariés et plus

64% du budget provient du secteur des services

73% des mécènes sont des petites entreprises de 20 à 99 salariés

47% des entreprises agissent dans le domaine de la solidarité avec 32% du budget

36% des entreprises agissent dans le domaine de la culture avec 39% du budget

33% des entreprises choisissent le mécénat en nature

45% des entreprises de 200 salariés et plus pratiquent le mécénat de compétences

54% des entreprises mécènes déclarent bénéficier de la réduction d'impôt

Pour télécharger les résultats complets de l'enquête ADMICAL - CSA 2008 : cliquez ici

Résultats de l'enquêt ADMICAL - CSA 2006 : cliquez ici

Archives : les grandes tendances du mécénat 2000

Actualités

Formation ADMICAL - Porteurs de projet "mécénat d'entreprise : mode d'emploi" : inscrivez vous pour les 2 et 3 juin à PARIS, les 23 et 24 juin à LYON...

Plus d'actualités...

Boutique

Entreprises & mécénat, la revue des professionnels du mécénat. Abonnez-vous : tous les deux mois, un contenu de qualité en 24 pages chrono...



Rechercher



Naviguer

Navigation



DOCUMENT 59

Le mécénat au Palais Bénédictine : une véritable culture d'entreprise

A Fécamp, ville d'Art et d'Histoire de Normandie se dresse la flèche d'un lieu unique : le Palais Bénédictine.
Insolite, magique, à l'architecture gothique et Renaissance, le Palais Bénédictine invite à la découverte d'une histoire et d'un produit.
C'est dans ce site d'exception qu'est élaborée depuis plus d'un siècle la liqueur Bénédictine, exportée à 95 % dans le monde entier.

L'histoire commence à l'âge de la Renaissance, quand un moine bénédictin de l'abbaye de Fécamp, Dom Bernardo Vincelli, invente un élixir en 1510.
Il faudra attendre la fin du XIXe siècle pour qu'un négociant en vins, Alexandre Le Grand, s'inspire de la recette de Dom Bernardo Vincelli, et donne naissance à la liqueur aujourd'hui appelée Bénédictine.
Il décide alors de construire un palais hors du commun pour abriter sa distillerie.

Le Palais Bénédictine présente aussi un musée des beaux-arts qui rassemble de très belles pièces d'art sacré du Moyen Age et de la Renaissance : manuscrits, peintures, sculptures, ivoires, émaux...

En 1988, le Palais Bénédictine ouvre un des principaux espaces d'art contemporain de Normandie. Quatre-vingts expositions y ont été organisées de façon régulière et ininterrompue, avec un double objectif : soutenir des jeunes artistes, et faire connaître les signatures prestigieuses de l'art moderne et contemporain au grand public. A ce titre, les œuvres de Miro, Braque, César, Andy Warhol, Marc Chagall, Zao Wou-Ki, Robert Combas, Niki de Saint Phalle, ont été présentées au Palais Bénédictine.

Site internet musée de la Bénédictine à Fécamp.

DOCUMENT 60

SALON INTERNATIONAL DU PATRIMOINE CULTUREL
International Heritage Show
RESTAURATION • CONSERVATION • MISE EN VALEUR
6 au 9 Novembre 2008
PARIS ■ CARROUSEL DU LOUVRE

Compte rendu réalisé par **Amalia MATURANA** et **Nadine RENAUDIN**

PETITS ET GRANDS MECENES

Proposée par Beaux Arts magazine
Vendredi 7 novembre 2008, de 17h30 à 19h
Studio-Théâtre de la Comédie-Française

Intervenants :
Pierre ALLEAUME, Propriétaire du Manoir de Couesme, à Anciennes dans la Sarthe
Elisabeth DELORME, Déléguée générale de la Fondation EDF, Vice-Présidente de L'ADMICAL
Jean-Claude NICOLAS, Directeur de la Communication du Groupe Nexans
Guillaume D'ANDLAU, Mécénat et relations publiques du Crédit Agricole
Anne SAMSON, Conseillère en communication et mécénat

Table ronde conçue et animée par :
Jean-Christophe CLAUDE, Directeur de Beaux Arts éditions et des partenariats de Beaux Arts magazine

INTRODUCTION :

Jean-Christophe CLAUDE annonce que la loi du 1er août 2003 a bouleversé le monde du mécénat en France. Cette loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations entraine des avantages fiscaux pour les entreprises et les particuliers. Cet encouragement fiscal très incitatif favorise l'arrivée de nouveaux acteurs sur la scène du mécénat en France et permet aujourd'hui aux petites et grandes entreprises comme aux particuliers de participer plus largement à la sauvegarde du patrimoine.

La conférence proposée par Beaux Arts Magazine doit dresser un bilan du mécénat dans le domaine du patrimoine et de la culture, et faire le constat de l'après 2003 afin de mesurer les impacts réels de cette loi.

La table ronde réunit ainsi des acteurs du patrimoine d'horizons différents. Conseiller en mécénat, représentants de grands groupes et petit propriétaire privé, faisant part de leur expérience et de leur orientation en matière de mécénat.

Quels sont les impacts de la loi du 1er août 2003 sur le patrimoine et quels types de sites ou de projets favorise-t-elle ? Peut-on parler de petits et de grands mécènes ?

Voici les interrogations qui vont former le fil conducteur de cette conférence. Jean Claude NICOLAS exprimera dans un premier temps la décision du groupe Nexans de soutenir un grand site tel que Versailles, puis Pierre ALLEAUME témoignera des difficultés pour les petits propriétaires de recueillir des fonds, et enfin Guillaume d'ANDLAU nous fera part de la politique locale de Crédit Agricole SA en matière de mécénat.

I. LES ENJEUX DU GRAND MECENAT : LE GROUPE NEXANS

Jean Claude NICOLAS représente le groupe Nexans, leader mondial de l'industrie du câble. Le mécénat est un élément nouveau dans la politique de l'entreprise. Jean Claude NICOLAS rappelle que la décision de participer à la sauvegarde du patrimoine revient avant tout au Directeur du groupe Nexans, grand amateur et collectionneur d'art. Il a décidé que le groupe pouvait jouer un rôle dans le chantier "Grand Versailles", vaste chantier de réhabilitation dont le terme est prévu en 2020.

En effet, le choix de soutenir le patrimoine répond au besoin du renforcement de l'image et de l'identité dans la communication de l'entreprise. Jean Claude NICOLAS insiste sur l'importance du groupe en France et dans le monde, cependant celui-ci manque de visibilité. Participer et aider un grand chantier, c'est avant tout associer le grand savoir faire de Nexans à un monument prestigieux, mais également bénéficier de son image et de son rayonnement pour mieux faire connaitre le groupe.

a) Un mécénat de compétence

Jean Claude NICOLAS précise qu'en juin 2007 le groupe Nexans a signé un partenariat de 5 ans avec l'établissement public du Musée et du Domaine national de Versailles. Dans le cadre de cette action de mécénat, l'entreprise s'est engagée à fournir tous les câbles d'alimentation électrique nécessaires aux chantiers de rénovation du château et du parc de Versailles. Grâce à ce partenariat de compétence Nexans participe à la rénovation du réseau technique du domaine de Versailles, mais également au renforcement des dispositifs de sécurité du site (les câbles Nexans disposent de propriétés de réaction au feu améliorées). Le montant de cette action représente un million d'euros qui correspond au prix de revient de fabrication.

b) Des avantages pour l'entreprise

Le mécénat offre un certain nombre de contreparties pour l'entreprise, au niveau externe pour la clientèle du groupe, mais aussi au niveau interne pour les employés en organisant les visites et les soirées privées. Ainsi Jean-Claude NICOLAS rappelle le succès de l'organisation d'une visite et d'une soirée privées à Versailles en juillet 2008 et la satisfaction des 250 invités. Il évoque également l'organisation d'un concours au sein de l'entreprise avec la possibilité de remporter une soirée privée à Versailles.

Le choix de soutenir le patrimoine n'a pas été contesté au sein de l'entreprise; Jean Claude NICOLAS ajoute même que le sentiment de fierté de collaborer à un tel projet est fort chez les employés. Le mécénat est donc un véritable instrument de cohésion qui renforce les liens au sein de l'entreprise et avec ses partenaires. Jean

Claude NICOLAS annonce à la fin de son intervention sa volonté de renouveler cette expérience de mécénat avec le projet du Louvre Lens en intervenant au niveau des équipements électriques.

II. LES DIFFICULTES DU PETIT MECENAT: LE CAS DU MANOIR DE COUESME

Pierre ALLEAUME, propriétaire du Manoir de Couesme intervient dans cette seconde partie. Loin de la réalité des grands sites de France, il évoque les difficultés pour les petits propriétaires privés d'attirer les mécènes.

a) Le Manoir de Couesme

Le Manoir de Couesme, la propriété de Pierre ALLEAUME se situe sur le territoire de la commune d'Anciennes, dans la Sarthe, région qu'il qualifie de "déshéritée" au niveau culturel. Bâtie à la fin du XVè siècle, la demeure appartenait à la famille Couesme, la plus vieille et puissante famille du Haut Manne. Au moment des rivalités entre la France et l'Angleterre, elle reste alliée à la couronne de France. C'est ainsi qu'elle connait son apogée au XVIème siècle, suite à la victoire du roi de France. La lignée s'éteint ensuite au XVIIème siècle. Pierre ALLEAUME précise que le manoir, outre son histoire, est également intéressant pour son architecture. "Le bâtiment possède l'une des plus vieilles charpentes à pannes de type anglais de la région. On y retrouve des éléments de confort de l'époque (cheminées et fenêtres à meneau)" souligne Pierre ALLEAUME. Construit avec les plus nobles matériaux de l'époque et de la région (pierre blanche de Caen, ardoises d'Angers), le manoir est inscrit à l'inventaire supplémentaire des Monuments historiques (ISMH) depuis février 2005 ; il fait l'objet aujourd'hui d'importants travaux de restauration.

Pierre ALLEAUME explique qu'il tente de faire connaître le manoir et d'attirer les visiteurs au travers de l'événementiel ; des visites et des expositions y sont régulièrement organisées. L'événementiel est géré par l'association du Manoir de Couesme créée dans le but d'animation du lieu. Ainsi, en automne 2008 une exposition sur le thème de l'épouvantail "Epouvantails, épreuves d'artistes" a été organisée sous le patronage de Jean-Pierre COFFE. Cette exposition a réuni 55 œuvres de 40 artistes exposées dans la cour du manoir, attirant près de 2600 visiteurs ; "ce qui n'est pas négligeable pour la région" ajoute Pierre ALLEAUME.

Ce dernier explique également qu'il organise chaque exposition avec beaucoup de soin dans l'objectif de fidéliser les visiteurs. L'affiche et le catalogue de qualité, ainsi que les invitations sont réalisés pour chaque exposition, ce qui nécessite un budget important. En même temps Jean-Christophe CLAUDE précise que l'entrée dans le manoir est gratuite.

Pour chaque événement organisé au Manoir de Couesme l'association peut fournir jusqu'à 80% des financements provenant de la vente des produits dérivés, tels que des cartes postales du manoir et des tee-shirts; quant aux 20% restant, ils proviennent de sponsors. Bien que l'association participe à l'animation les lieux, elle ne prend cependant pas part à la remise en état du manoir.

Pierre ALLEAUME explique que l'organisation d'expositions ne permet pas de financer les restaurations nécessaires au manoir.

Pierre ALLEAUME reconnait que ce système ne peut être viable sur le long terme. Il compte alors sur le mécénat, mais reconnait n'avoir reçu que deux soutiens significatifs

à hauteur de 1.500 euros pour l'année 2007. Il souhaiterait inviter les sponsors à "investir pour l'avenir", mais il avoue ne pas rencontrer un grand succès, même après la loi du 1er Août 2003.

b) Le manque d'appétence pour le petit mécénat

Anne SAMSON a créé sa propre agence de conseil en communication et mécénat. Elle réagit à l'intervention de Pierre ALLEAUME en insistant sur la difficulté de trouver des mécènes pour le petit patrimoine. Certes la loi du 1er Août 2003 révolutionne le monde du mécénat grâce à une incitation fiscale réelle, cependant elle ne suffit pas à développer l'appétence des entreprises dans des régions telles que la Haute Sarthe. L'incitation fiscale et les retombées en termes d'image ne semblent pas être suffisantes. Elle exprime également les réticences des particuliers à aider les propriétaires privés, malgré une déduction de 60% de la somme offerte. Elle rappelle aussi que le choix de soutenir le patrimoine ne fait pas toujours l'unanimité au sein de l'entreprise. Enfin, Anne SAMSON reconnaît que la très attendue loi de 2003 est un formidable outil, mais qu'elle ne représente pas encore "le sésame pour les initiatives dans le domaine culturel".

III. CREDIT AGRICOLE : LE CHOIX DE SOUTENIR DES PROJETS LOCAUX

Guillaume D'ANDLAU, responsable du mécénat et des relations publiques au sein du Crédit Agricole, évoque dans cette troisième partie l'engagement de la société Crédit Agricole auprès du patrimoine français. Comme le groupe Nexans, Crédit Agricole soutient les grands sites, mais Guillaume D'ANDLAU insiste avant tout sur l'approche régionale et l'aide apportée au patrimoine local.

a) Une organisation décentralisée au profit du développement économique des territoires

En effet, Crédit Agricole favorise avant tout les petits porteurs de projet et le petit patrimoine. Cette politique est le reflet de l'organisation interne de la société, conformément à l'organisation décentralisée du groupe. En effet, ce sont les Caisses Régionales qui interceptent les demandes de subvention. Après étude, elles les soumettent au Conseil d'Administration de la Fondation Crédit Agricole France, qui statue.

Guillaume D'ANDLAU précise que chaque année 35 à 40 projets sont sélectionnés dans les différentes régions de France. Pour être retenus "les projets doivent s'inscrire dans la durée et être de taille raisonnable". Le critère principal de sélection reste celui de l'impact du projet sur l'économie locale.

b) Petits et grands mécénats

Guillaume D'ANDLAU rappelle que depuis sa création en 1979 la Fondation Crédit Agricole a soutenu près d'un millier de projets. Outre la création d'une fondation de microcrédits dotée de 50 millions d'euros, la société possède un budget en matière de mécénat qui s'élève à 25 millions d'euros en 2007, dont 80% sont distribués au travers des caisses régionales. Ainsi la Fondation Crédit Agricole soutient chaque année une

cinquantaine de projets à la hauteur de 23.000 euros en moyenne chacun, ce qui n'empêche pas des petits financements à la hauteur de 1500 à 2000 euros.

Cependant Guillaume D'ANDLAU reconnaît que le soutien porté aux projets locaux ne présente pas les mêmes retombées médiatiques que celui porté à un grand site. Ainsi, dans un souci de visibilité et de communication, la banque devient partenaire du Château de Fontainebleau à partir de 2007. Selon Guillaume d'ANDLAU le site "semblait délaissé au profit de Versailles". Deux appartements de 1.000m2 et le tableau de l'empereur Napoléon III ont déjà été restaurés grâce à l'intervention de la banque.

c) Soutenir des projets à dimension culturelle, sociale et économique

Le Crédit agricole intervient avant tout dans le cadre d'un projet à dimension culturelle, mais aussi sociale et économique. En effet, Guillaume d'ANDLAU tient à préciser que la Fondation Crédit Agricole France soutient les dossiers faisant écho au développement économique et social des territoires. Dans le cas du château de Fontainebleau, la Fondation Crédit Agricole France a contribué à la réhabilitation du cabinet de travail de Napoléon III et a mis en place un pôle pédagogique destiné aux enfants, répondant à l'objectif de sensibilisation des jeunes à la culture. Désormais ces derniers peuvent entrer en contact avec le mobilier et les objets caractéristiques de la cour de Napoléon III. Ces travaux ont été confiés à des artisans d'art. Crédit Agricole illustre donc son engagement en faveur des métiers d'art et des savoir-faire qui sont menacés de disparition, et contribue à la création d'emploi dans ce secteur d'activité.

CONCLUSION

Il revient à Elisabeth DELORME de clore cette table ronde. La déléguée générale de la Fondation EDF et vice-présidente de l'ADMICAL évoque tout d'abord la politique d'EDF en matière de mécénat.

Elle rappelle l'opération de restauration à Versailles, offrant la possibilité d'adopter une statue des jardins en soutenant sa rénovation. Ce projet a rencontré un grand succès et de nombreux "petits mécènes" ont participé à la hauteur de 2000 euros par statue. Elle espère renouveler ce type de projet avec les bancs de Versailles.

Cependant, Elisabeth DELORME rappelle que la culture et le patrimoine ne sont pas la priorité de la Fondation EDF. En effet, cette dernière apporte avant tout son soutien aux projets qui relèvent du domaine de la santé et de la nature. Elisabeth DELORME explique qu'au travers des délégations régionales la Fondation peut être amenée à soutenir le patrimoine local. Cependant, la Fondation se veut avant tout scientifique et porte principalement son intérêt aux initiatives de création, tout particulièrement dans le domaine des nouvelles énergies. Un dossier traitant du patrimoine a donc très peu de chance d'être reçu à la Fondation EDF.

Elisabeth DELORME souhaite ensuite donner quelques conseils aux petits porteurs de projet. Elle rappelle que, dans une démarche de mécénat, il est plus facile de s'adresser aux grands groupes car ils sont plus visibles. Cependant, elle insiste sur la nécessité de bien sélectionner ses mécènes car tous ne réagissent pas de la même manière face à un projet.



Elisabeth DELORME revient ensuite sur la loi du 1er Août 2003 qu'elle qualifie de révolutionnaire car l'Etat français accepte enfin de donner une partie de l'argent qui lui est dû au soutien de projets que le particulier comme le chef d'entreprise peut personnellement choisir. Elle rappelle combien il a été difficile de mettre en place une telle loi et de la faire accepter par Bercy. Elle avoue également constater le peu de retombées de cette loi pour le petit patrimoine et la difficulté pour les petits porteurs de projet de séduire les entreprises et les particuliers. Elisabeth DELORME souhaite voir évoluer les mentalités à ce propos, et insiste sur la nécessité de mieux faire connaître la loi du 1er Août 2003 auprès des PME.

Enfin, elle rappelle l'engagement de certains mécènes étrangers auprès du patrimoine français, tels que les Russes et les Américains très présents à Versailles. Elle espère ainsi que les initiatives de mécénat français se tourneront vers l'étranger.



DOCUMENT 61



Ambition Mécénat

L'Ordre des experts-comptables région Paris Ile-de-France et la Direction Régionale des Affaires Culturelles représentés respectivement par son Président André-Paul Bahuon et Jean-François de Canchy, ont signé le 14 décembre 2006 une convention visant à promouvoir le mécénat auprès des entreprises.

Cette signature s'inscrit dans la ligne du protocole national signé entre l'Ordre des Experts-Comptables - Conseil Supérieur et le Ministère de la Culture et de la Communication dont le préambule rappelle que les experts-comptables partagent l'idée que le développement économique de nos régions est indissociable de la valorisation de leur patrimoine culturel, de l'encouragement aux initiatives des entreprises, des élus locaux et des particuliers qui y contribuent et de la mise en œuvre des solutions juridiques et fiscales adaptées.

Ce protocole répond au souhait de M. Donnedieu de Vabres de voir les entreprises se mobiliser pour le mécénat et que celui-ci puisse être relayé par les experts-comptables en leur qualité de conseillers écoutés des chefs d'entreprise et dont l'expertise est appréciée.

C'est pourquoi le Ministre de la Culture et de la Communication compte sur la profession : « *Donnez le conseil de l'investissement dans le patrimoine, dans le soutien à la création ou à l'action artistique, grâce au Mécénat. C'est un acte de générosité pour le rayonnement culturel français qui est aussi bon pour l'entreprise, autant pour le personnel que cela mobilise, que pour l'image de l'entreprise vis-à-vis des consommateurs, vis-à-vis d'une ville* ».

Le mécénat en quelques mots

Une entreprise mécène, en tant que personne morale, agit dans un intérêt autre que celui de sa propre exploitation, en apportant un soutien matériel à des activités présentant un but non lucratif.



Le mécénat ne tolère pas l'existence de retombées commerciales quantifiables, il se fait dans l'intérêt général qui regroupe de nombreux secteurs d'intervention que l'on peut rassembler en cinq catégories : la solidarité, la culture, l'environnement, le sport et la recherche.

La contribution à l'activité de mécénat peut prendre différentes formes : financière, en nature, technologique ou de compétences.

L'implication de l'entreprise peut se faire de façon directe en contribuant à un projet par un ou plusieurs des moyens cités.

Elle peut également se faire de façon indirecte en dispensant des fonds, mais également des moyens humains et technologiques à un intermédiaire. Cela permet alors de décentraliser la gestion de cette activité et de l'inscrire dans la stratégie à long terme de l'entreprise. Les structures de soutien peuvent prendre différentes formes : association, fondation ou club d'entreprise.

Des mesures d'accompagnement

Aujourd'hui, les conditions juridiques et fiscales encadrant le mécénat permettent à ce dernier de se développer.

Première et principale mesure d'aide, entreprendre une action de mécénat ouvre désormais droit à une réduction d'impôt sur les sociétés égale à 60 % des montants engagés, dans la limite de 5 ‰ du chiffre d'affaires total hors taxe.

Une activité relève du mécénat si elle se limite à la simple mention du nom du donateur, sans mentionner un quelconque message publicitaire. L'administration fiscale reconnaît l'existence de contreparties dans une opération de mécénat, à condition qu'il existe une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation de la prestation rendue. Le montant des contreparties autorisées est aujourd'hui limité, par la jurisprudence, à 25 % du montant total du don.

Pour en savoir plus : **www.oec-paris.fr** 

Un « correspondant mécénat » a été désigné au sein de l'Ordre des experts-comptables région Paris Ile-de-France en la personne de François Jégard qui a grandement contribué à l'élaboration de la charte nationale et qui sera, dans notre région, l'interlocuteur aussi bien des experts-comptables que de la Direction Régionale des Affaires Culturelles et plus largement, des acteurs culturels de notre territoire.

Des actions de « tutorat » et « d'accompagnement », seront mises en place reposant sur l'idée que sur une meilleure connaissance réciproque, les experts-comptables pourront proposer d'aider certaines structures culturelles de leur choix dans leur recherche de mécénat.

François Jégard,
Coordinateur du programme
2006 / 2010 Ambition Mécénat
Correspondant mécénat
de l'Ordre des experts-comptables
région Paris Ile-de-France



Pour contacter votre correspondant mécénat :
sylva.bilez@oec-paris.fr







Page 166



GDF SUEZ LAUREAT DU CONCOURS du MECENAT « CAIUS 2008 »,
grand prix du mécénat culturel en Belgique.

Le 27 novembre 2008, GDF SUEZ a reçu le « Prix Caïus 2008 Culture Grande Entreprise » pour son mécénat de compétences au Musée Magritte (ouverture le 2 juin 2009 à Bruxelles). Ce prix représente la distinction suprême pour le mécénat d'entreprise en Belgique.

GDF SUEZ, l'un des leaders mondiaux dans les domaines de l'énergie et des services à l'énergie, a une longue tradition de mécénat en France et en Belgique. A travers le prix belge « Caïus 2008 Culture Grande Entreprise », le Groupe est salué pour sa contribution ambitieuse et innovante aux côtés de l'Etat belge, des Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique et de la Fondation Magritte, pour la création du Musée Magritte.

Le mécénat de compétences exclusif de GDF SUEZ, placé au service de l'innovation et du développement durable, est à l'origine du seul musée au monde entièrement consacré à l'œuvre de l'un des plus grands artistes européens, le peintre belge René Magritte (1898-1967).

C'est l'une des premières fois qu'une entreprise privée, à travers ses filiales spécialisées dans les services à l'énergie (GDF SUEZ Energie Services), met gracieusement son expertise et ses métiers au service d'un projet muséographique de portée internationale. Ce premier mécénat de compétences en Belgique est le témoin de l'engagement de GDF SUEZ en faveur du développement durable, grâce notamment à la fourniture du musée en énergie 100 % renouvelable.

Organisé depuis 1989 par Prométhéa (association belge chargée de la promotion du mécénat d'entreprise en Belgique), le Concours des Caïus met à l'honneur le mécénat culturel et les entreprises qui se distinguent par leur créativité, leur dynamisme et leur contribution au développement culturel et patrimonial en Belgique. Les Caïus sont devenus la vitrine du mécénat culturel en Belgique. Le jury du Concours, composé de personnalités issues des milieux économique et culturel en Belgique, est présidé en 2008 par Bernard Serin, Président et Administrateur délégué de Cockerill Maintenance & Ingénierie (CMI). Lors de la cérémonie officielle du 27 novembre qui s'est tenue à Liège, une œuvre d'art originale réalisée par l'artiste sculpteur Catherine François a été remise à GDF SUEZ pour saluer sa distinction.

L'un des premiers énergéticiens au niveau mondial, GDF SUEZ est présent sur l'ensemble de la chaîne de l'énergie, en électricité et en gaz naturel, de l'amont à l'aval. En inscrivant la croissance responsable au cœur de ses métiers (énergie, services à l'énergie et environnement), il se donne pour mission de relever les grands défis : répondre aux besoins en énergie, assurer la sécurité d'approvisionnement, lutter contre les changements climatiques et optimiser l'utilisation des ressources. GDF SUEZ s'appuie sur un portefeuille d'approvisionnement diversifié et un parc de production électrique flexible et performant pour proposer des solutions énergétiques innovantes aux particuliers, aux collectivités et aux entreprises. Le Groupe compte 196 500 collaborateurs pour un chiffre d'affaires en 2007 de 74,3 milliards d'euros. Coté à Bruxelles, Luxembourg et Paris, GDF SUEZ est représenté dans les principaux indices internationaux : CAC 40, BEL 20, DJ Stoxx 50, DJ Euro Stoxx 50, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe et ASPI Eurozone.

Contact Presse :
Tél France : +33 (0)1 47 54 24 35
Tél Belgique : +32 2 510 76 70
E-Mail : gdfsuezpress@gdfsuez.com

Sponsoring & Mécénat culturel

100 ans de culture chez Bayer

Chez Bayer, la culture n'est pas une mode, un engouement passager. Voilà un siècle, cette année, qu'elle est installée, reconnue en dehors et au sein même de l'entreprise.

Cette démarche s'inscrit pleinement dans la stratégie d'entreprise de Bayer au niveau de la responsabilité sociale du groupe à côté d'initiatives tournées vers le sponsoring sportif, la solidarité ou encore l'environnement.

La France est un partenaire actif pour le département culturel de Bayer en Allemagne. En témoignent les nombreux artistes et ensembles français invités régulièrement dans le cadre de ses saisons culturelles ou encore de formidables projets comme l'enregistrement des concertos pour piano et orchestre de Beethoven avec l'Ensemble Orchestral de Paris et François-René Duchâble en 2002, qui nous a valu une victoire de la musique en 2004, la sortie du deuxième volume de l'histoire du TNP de Villeurbanne en 2005 par Michel Bataillon ou l'enregistrement des chansons et mélodies de Joseph Kosma qui a reçu une récompense de Diapason en 2006.



Un autre projet a vu le jour en 2004 grâce au mécénat de Bayer : le Concours International de Musique de Chambre de Lyon (CIMCL). Cette compétition annuelle attire de nombreux jeunes musiciens du monde entier, l'occasion pour le département culturel de Bayer d'inviter les lauréats du prix "coup de coeur Bayer CropScience" à se produire en Allemagne.

La Saison 2007-2008 a été l'occasion de fêter notre centenaire culturel avec la participation particulièrement importante d'artistes et ensembles français en Allemagne comme : Claire-Marie le Guay, le quintette de cuivres Or Notes Brass, Paul Meyer, Renaud et Gauthier Capuçon, l'Orchestre national de Lyon, l'Ensemble baroque de Limoges, l'Orchestre des Champs-Elysées, la compagnie de danse "Fêtes Galantes", des pièces de théâtre de Jean-Paul Sartre (Les mains sales), d'Ionesco (La cantatrice chauve) et de Jasmina Reza (Le dieu du carnage).

Imprimer
Rechercher
Recherche avancée
Bayer Websites Worldwide
Plans d'accès
Nos plans d'accès en France
Evénements corporate
Calendrier
Publications Bayer
Rapport Annuel 2008
Toutes les documentations Bayer
Liens
Bayer Report - un autre regard sur nos produits, nos recherches et innovations
Le Baykomm Communication Center
Bayer/Unep - Notre partenariat
Campagne Corporate
Cours Bayer
DAX
4,131.07 (46.31) - 01/04/2009 17:45
Climate Program
Conserving Resources
Protecting the climate
Podcast



Solutions to Climate Change
7:39 Min.

168

DOCUMENT 62



LIMITE
COMMUNICATION RESPONSABLE

Le mécénat résiste à la crise !

Une enquête ADMICAL – CSA avec l'agence LIMITE

Des nouvelles rassurantes…Cette enquête publiée à l'occasion des Assises ADMICAL du mécénat d'entreprise montre la stabilité des budgets 2009. La crise actuelle, loin de fragiliser l'engagement des entreprises mécènes, conforte le bien fondé d'un mécénat inscrit dans la durée. A l'opposé des politiques à court terme qui ont montré leurs limites et leurs dangers…

Des tendances de fond y sont confirmées : rôle stratégique, renforcement de la solidarité, montée en puissance du mécénat de compétences, besoin de fédérer l'interne comme l'externe, légitimité de la communication sur le mécénat.
Toutefois, certains signes indiquent que ces acquis peuvent être remis en cause lorsque le contexte oblige l'entreprise à se concentrer sur sa survie.

Par ailleurs, les différences de vision entre entreprises mécènes et non mécènes ne révèlent pas de clivages irréversibles sur l'importance du mécénat.
De bonnes raisons, en conclusion, de rester serein et confiant dans l'engagement présent et futur de l'entreprise au service du bien commun.

Stabilité des budgets en 2009

La stabilité domine très largement chez les entreprises mécènes Cependant, parmi celles, minoritaires, qui modifient leur budget, la baisse l'emporte légèrement :

- **73%** des entreprises mécènes déclarent que leur budget va rester stable
- **14%** déclarent que leur budget va diminuer
- **11%** annoncent qu'il va augmenter

La nature de la hausse (stratégique) et celle de la baisse (conjoncturelle) sont assez différentes dans leur intensité. L'existence d'une fondation est un élément fort de stabilité.

Augmentation et diminution se compensent

Une majorité des entreprises qui diminuent **(57%)** annoncent des baisses de plus de **20%.** Les hausses se concentrent sur quelques entreprises qui augmentent leur budget principalement dans le cadre d'engagements à long terme.

- pour les entreprises augmentant leur budget : hausse **moyenne** de **35%**
- pour les entreprises diminuant leur budget : baisse **moyenne** de **38%**

Ainsi, **92%** des entreprises mécènes qui ont fait le choix de diminuer leur budget l'expliquent par le contexte actuel, et seules **8%** par un changement de stratégie.

Montée en puissance du mécénat de compétences

Le mécénat financier reste le plus pratiqué mais se tasse légèrement au bénéfice du mécénat de compétences.

- **37%** prévoient une augmentation du mécénat de compétences.

La solidarité d'abord

Le contexte de crise favorise l'action des mécènes dans la solidarité. Pour la recherche, c'est une façon de se projeter (notamment les entreprises de 200 salariés et plus). Le domaine culturel, en baisse, reste néanmoins le deuxième domaine d'intervention.

- Pour les entreprises intervenant dans la **solidarité (65%)** : **13%** vont **augmenter** leur budget et **6%** le **diminuer**
- Pour les entreprises mécènes de la **culture (57%)** : **22%** vont **diminuer** leur budget et **8% l'augmenter**
- Pour les entreprises intervenant dans la **recherche (16%)** : **20%** vont **augmenter** leur budget et **4%** le **diminuer**

Communiquer sur le mécénat, malgré la crise…

- **90%** des entreprises mécènes considèrent que c'est une bonne chose de communiquer sur leurs actions en interne et **87%** en externe. Mais la moitié de ces réponses se fait sur l'item une « assez bonne chose », prudence compréhensible dans le contexte actuel.
- Le mécénat, moyen de donner du sens à la communication (**83%**), est ainsi perçu comme atout fédérateur pour les collaborateurs (**87%**).

Mécènes / Non mécènes : pas de clivages irréversibles

Principales différences entre mécènes et non mécènes:

- Le mécénat est un luxe ? : non pour **83%** des mécènes contre **48%** chez les non mécènes.
- Priorité des actions sociales directement utiles : **64%** des mécènes contre **77%** des non mécènes.
- Recentrage sur l'activité de l'entreprise : **17%** des mécènes pensent que le développement social et culturel n'est pas de leur responsabilité, contre **46%** chez les non mécènes.
- L'importance du mécénat dans le contexte actuel : **68%** des mécènes l'estiment important et **6%** prioritaire. Chez les non mécènes **49%** l'estiment important et **2%** prioritaire.

ADMICAL, Carrefour du mécénat d'entreprise

Fondée en 1979, Admical a pour vocation de promouvoir le mécénat d'entreprise. Porte-parole des entreprises mécènes, Admical représente leurs intérêts auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. Elle accompagne les entreprises dans leur stratégie de mécénat et propose des formations à l'ensemble des acteurs du mécénat

Président : Olivier Tcherniak – Déléguée générale : Marianne Eshet

Contact presse : Géraldine Bories 01 42 55 96 18 www.admical.org

Agence LIMITE

Co-fondée par Laurent Terrisse qui est un des pionniers de la communication non marchande en France et qui avait organisé les premières assises du mécénat social en 1987, L'Agence Limite est spécialisée dans la communication responsable des entreprises et des marques, marchandes ou non marchandes, qui s'engagent sur les sujets d'intérêt général… souvent par le mécénat.

Méthodologie : l'enquête a été réalisée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de 300 responsables d'entreprises (DG, DGA, DA, DAF, DirCom,…) de 100 salariés et plus, sur le lieu de travail des personnes interrogées, du 6 au 12 février 2009. Le fichier des entreprises incluait notamment un fichier d'entreprises mécènes issues du répertoire du mécénat édité par Admical afin de consolider les résultats sur les entreprises mécènes.

Les résultats sont fournis sur la base des quotas représentatifs suivants: secteur d'activité et taille de l'entreprise, ainsi que sur le taux de pénétration du mécénat sur notre cible soit 23% des entreprises.

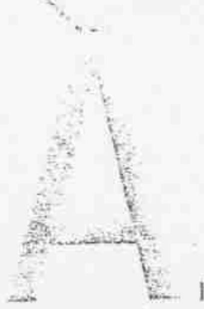
Source : *LE JOURNAL DES ARTS*

Date de parution : 03 / 01 / 08

Rubrique : Dossier
Page : 21 à 25

Avec la bienveillance des amis

Les sociétés d'amis de musées perpétuent un mécénat à l'ancienne Elles constituent l'un des rares points de rencontre entre la société civile et les institutions culturelles



A l'heure où les musées pratiquent une quête effrénée de ressources de mécénat, quelques associations cultivent encore une philanthropie à l'ancienne, fondée sur la courtoisie et l'échange de bons procédés. Cela pour développer ce que Louis-Antoine Prat, vice-président de la Société des Amis du Louvre, appelle *« l'affection sociétaire »*. Créées historiquement pour soutenir la politique d'acquisition des musées, les sociétés d'amis continuent aujourd'hui de contribuer à l'enrichissement des collections publiques. Elles constituent pour certains musées un véritable troisième pied. *« Les sociétés d'amis ne sont pas d'énormes pourvoyeuses d'argent,* précise néanmoins Jean-Michel Raingeard, président de la Fédération française des sociétés d'amis de musées (FFSAM), qui en regroupe trois cents, *mais cette forme de mécénat populaire génère de l'argent grâce à son engagement et au temps qu'elles dépensent en faveur des musées. »* Les amis contribuent, en effet, au rayonnement de l'établissement et proposent des dispositifs de fidélisation des publics (événements, conférences...), quitte à devenir parfois un peu encombrants. On se souvient des tensions opposant Corinne Diserens, ancienne directrice du Musée des beaux-arts de Nantes, à la société d'amis du musée, hostile à sa programmation d'art contemporain. Celle-ci avait contribué au limogeage de la conservatrice (lire le *JdA* n°230, 3 février 2006, p. 3). *« L'ambiance s'est nettement améliorée entre conservateurs, élus et amis de musée,* remarque toutefois Jean-Michel Raingeard. *Mais de la part de certains opérateurs culturels, il reste encore beaucoup à faire en matière de reconnaissance de notre action »*. Quelques chefs d'établissement refusent encore de travailler avec les sociétés d'amis.

Dons et legs

Au château de Versailles, l'ambiance est loin d'être à couteaux tirés. Les quelque 6 000 adhérents de la Société des Amis de Versailles, qui fête cette année son centenaire, contribuent chaque année aux acquisitions à hauteur de 80 000 à 120 000 euros, uniquement grâce à leurs fonds propres (adhésions, éditions, conférences ou galas gérés par l'association). À cela s'ajoutent les donations exceptionnelles de quelques généreux adhérents qui peuvent s'envoler jusqu'à 200 000 euros. *« Les mécènes apprécient la souplesse de notre organisation,* explique Clémence de Joussineau, responsable du mécénat des Amis de Versailles. *Nous n'allons pas chercher un mécène pour un type d'objet précis. Nous prenons le temps de susciter des rencontres afin de proposer du sur mesure. »* De fait, la Société des Amis sert d'appui à la seule personne chargée du mécénat au sein de l'équipe du château et traite aussi bien avec les particuliers qu'avec les entreprises. C'est un esprit assez proche qui règne au sein de la petite Société des Amis du Musée national d'art moderne, où l'on bichonne ses 800 adhérents – que des particuliers. *« Nous n'existons que pour le musée »,* souligne l'une de ses responsables, Marie-Stéfane de Sercey. Depuis 2002, la société a créé un programme spécifique, le « Projet pour l'art contemporain », qui regroupe 46 adhérents privilégiés (ils étaient 17 en 2002). Leurs dons permettent de financer tous les ans des acquisitions (à hauteur de 250 000 euros en moyenne), choisies par les adhérents sur proposition des conservateurs. Un modèle spécifique, proposant une même implication, a également été mis en place à destination des 25-35 ans, tranche d'âge souvent peu représentée chez les adhérents. Enfin, la société a lancé il y a quelques années un gala annuel, très couru dans le milieu de l'art : un dîner du *fundraising* (collecte de fonds). Sa 4e édition aura lieu au mois de mars et réunira un maximum de 850 *happy few* s'étant acquittés d'une somme allant de 600 à 850 euros (défiscalisable aux deux tiers) pour avoir le privilège de festoyer au milieu des collections. En 2007, ce dîner a permis l'acquisition d'œuvres

Source : *LE JOURNAL DES ARTS*

Date de parution : 03 / 01 / 08

Rubrique : Dossier
Page : 21 à 25

tes sans perdre le bénéfice de cet avantage fiscal et, s'il s'agit de travaux pour les personnes handicapées, le bénéfice s'appliquera sans condition. Autre domaine d'extension des dispositifs : les arts vivants et l'art contemporain, pour lesquels les particuliers pourront, ici aussi, bénéficier du système de défiscalisation. Le ministère étudie également la possibilité d'introduire en droit français un outil de financement très répandu aux États-Unis : l'*endowment fund* (fonds de dotation), constitué d'un capital inaliénable dont seul le revenu des placements est utilisé (lire p. 24). L'idée de permettre aux professions libérales (vivier non négligeable d'acheteurs d'art contemporain) de profiter des dispositifs en vigueur circule également Rue de Valois. D'autres domaines comme l'édition d'art attendent leur tour (lire p. 25). À tel point que l'on en oublie presque l'aspect philanthropique de la chose au profit du seul système d'incitation fiscale.

À l'heure où Bercy ne semble plus hostile à ce dispositif de dynamisation du marché, le mécénat culturel continue sur sa lancée. Reste à convaincre les nombreux mécènes potentiels qui ne se sont pas encore exprimés. Pour ce, une politique culturelle cohérente et forte de la part des pouvoirs publics semble indispensable. Les aspirants au mécénat ne verraient peut-être pas d'un bon œil que l'on rende aliénable ou que l'on loue de manière purement mercantile un patrimoine qu'ils contribuent à préserver.

Daphné Bétard

(1) Lire le *JdA* n°264, 7 sept. 2007, p. 8.
(2) Rappel : le dispositif relatif au mécénat repose sur deux dispositions du Code général des impôts qui autorisent des réductions d'impôt au bénéfice des personnes physiques et des sociétés : l'article 200 permet aux personnes physiques de soustraire de leur impôt sur le revenu 66 % des sommes versées au titre du mécénat, dans la limite de 20 % de leurs revenus imposables ; et l'article 238 bis, qui en constitue le pendant pour les entreprises, autorise celles-ci à soustraire de leur impôt 60 % de leurs versements au titre du mécénat dans la limite de cinq pour mille de leur chiffre d'affaires.
(3) Lire le *JdA* n°262, 22 juin 2007, p. 4.
(4) Lire le *JdA* n°266, 5 octobre 2007, p. 21.

Document 64

LE FIGARO • fr

En Maine-et-Loire, les PME sont fières d'aider la culture

Ne dites pas à la Fondation Mécène & Loire que la crise est là et qu'elle pourrait freiner ses ardeurs culturelles. « Pour nous, le mécénat est un sujet de fierté et une passion. Il n'est même pas envisageable de lever le pied », explique Stéphane Martinez, PDG de Marty Sports et président de la Fondation.

Créé il y a un an et demi, Mécène & Loire rassemble 24 chefs d'entreprise, qui se définissent eux-mêmes comme « proches de leurs clients et de leurs salariés » et loin « des parachutes dorés ». Vingt-quatre petits patrons qui œuvrent dans les équipements sportifs, le commerce de meubles, la comptabilité ou même la boulangerie et ont choisi de côtoyer un monde a priori éloigné du leur.

Les débuts de la fondation ont été compliqués : il a fallu trouver le ton, le temps, la méthode pour sélectionner les projets. Les milieux culturels, habitués à réclamer des subventions, ont parfois pris la fondation pour « un guichet de plus ». « Mais nous ne sommes pas là pour boucher les trous », expliquent les intéressés. Les projets - ils en ont reçu 98 en 2008, et en ont retenu 20 - doivent répondre à trois critères : proximité territoriale, originalité et innovation.

Cette année, Mécène & Loire a soutenu, entre autres, les 60 ans de cinéma de Jeanne Moreau, la création d'une passerelle au château d'Angers ou encore le festival Printemps des orgues. En tout, 120 000 € d'aides par an, auxquels s'ajoute une bourse de 45 000 € tous les deux ans.

Le mécénat permet aux 24 entreprises de sortir du quotidien et contribue à améliorer l'image de leur société. « Mais on milite aussi pour notre région et pour le rayonnement du Maine-et-Loire », explique Jacques Burel, directeur commercial de Bodet (horlogerie industrielle).

LE FIGARO • fr



DOCUMENT 65







DE LA GALERIE DES GLACES

VINCI, premier groupe mondial de concessions, de construction et de services associés, est le mécène de la première restauration intégrale de la galerie des Glaces du château de Versailles. C'est la plus grande opération de mécénat culturel jamais réalisée en France.
Il s'agit d'un mécénat de compétences : VINCI met au service de ce projet son expertise de bâtisseur et le savoir-faire de ses entreprises spécialisées dans la restauration de monuments historiques.

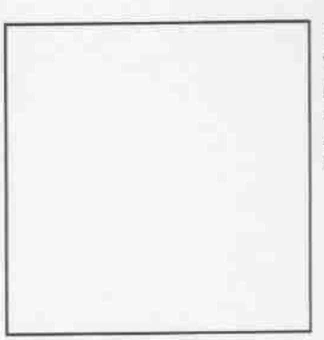
Venez découvrir les métiers de la restauration de la galerie des Glaces sur onisep.fr, premier site d'information et d'orientation pour les jeunes.

Le DVD du documentaire "La galerie des Glaces mise à nu" diffusé sur France 5 le 26 mars 2006 est disponible sur l'intranet VINCI* dans la rubrique groupe/objets publicitaires.
* Réservé aux salariés du Groupe VINCI

Film de présentation Télécharger l'affiche

Page 174

DOCUMENT 66



15.09.05. Alcatel, mécène d'«Euro Visions» au Centre Pompidou

Le Centre Pompidou accueille pour sa rentrée artistique une exposition de photographies, élaborée en partenariat avec l'Agence Magnum. «Euro Visions» a su s'attacher les faveurs d'un mécène unique, et non le moindre, Alcatel.

Exposition itinérante, présentée dans toutes les capitales européennes, «Euro Visions» propose de faire découvrir au public les dix derniers pays récemment entrés dans l'Union européenne. Pour cela, dix photographes de l'Agence Magnum ont parcouru ces pays, adoptant volontairement le parti pris d'un regard, non pas ethnographique mais personnel. Ce projet a été soutenu et financé par le leader des réseaux de communication, Alcatel.
Ainsi, après avoir conquis le monde de l'art et sa loge de conservateurs de musées, la photographie suscite aujourd'hui un intérêt de plus en plus vif de la part des mécènes privés.

Cependant, peut-on imaginer un lien, ne serait-ce que ténu, entre le domaine d'activité de cette entreprise et la photographie? Un lien évident, répond Alcatel dans son communiqué de presse sur «Euro Visions», car «sans barrière de langue ou de culture, la photographie parle instantanément à chacun», à l'image des «technologies du numérique [dont elle est fournisseur] qui sont un moyen privilégié d'expression». Promouvoir la diversité culturelle et les échanges artistiques entre les communautés sont les mots d'ordre de cette démarche citoyenne.

Alcatel oriente depuis deux ans sa politique de mécénat en direction de la photographie. La remise d'un prix du meilleur livre de photographies au Festival International de Photographie de Pingyao, en Chine, est devenu une tradition. Professionnel jusque dans sa démarche de mécène, Alcatel a même transformé une ancienne cour intérieure au sein de son siège social à Paris en salle d'exposition, baptisée l'Atrium.
Au rythme de quatre manifestations par an, salariés, partenaires et clients de l'entreprise apprennent à aguerrir leur regard.

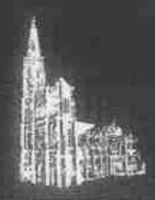
Chez Alcatel, technologie industrielle de haut débit et lenteur du regard qui scrute l'image se côtoient sans complexe.

Carole Boyer.

Dans la même rubrique

- Création et éducation en Alsace
- Les Emirats Arabes Unis à la Biennale de Venise 2009
- Quel avenir pour les écoles supérieures d'art du Ministère de la Culture
- Jeu de chaises musicales à Radio France
- Réouverture de la Whitechapel à Londres
- Multifonctions de la loi HADOPI
- Yvon Lambert quitte Londres
- Les Prix du PAD 2009
- Tag sous haute sécurité
- France Télévisions, nouveau mécène
- Les Silences de Marin Karmitz
- Nouveau président au FRAC Champagne-Ardenne

Page 175



MÉCÉNAT
Restauration des Vitraux
CATHÉDRALE DE STRASBOURG

Restauration des verrières du bas-côté sud



Le 20 février 2007, la Ville de Strasbourg, l'Archevêque affectataire de la Cathédrale et l'Etat ont signé une convention pour organiser la recherche de mécènes au profit de la restauration des vitraux de la Cathédrale de Strasbourg. Ce projet de restauration exceptionnel concernera les baies du bas-côté sud, datant du XIVe siècle et figurant les scènes du mystère de Marie, patronne de la Cathédrale, et de son fils Jésus. Ces baies sont gravement atteintes par la pollution.

Le chantier s'étalera sur au moins trois ans. Le ministère de la culture a dégagé un budget significatif afin de lancer les premiers marchés des travaux de restauration qui se dérouleront sous la maîtrise d'œuvre de l'architecte en chef des monuments historiques. Des propositions de traitement des verres ont été testées par le Laboratoire de Recherche des Monuments Historiques, ainsi que par des restaurateurs de vitraux diplômés, sur plusieurs panneaux.



Par sa contribution le mécénat privé permettra de traiter un plus grand nombre de verrières dans un calendrier plus resserré. La recherche des mécènes est confiée à des personnalités du monde de l'entreprise et le recueil des fonds à la Fondation de l'Œuvre Notre-Dame. Cette fondation de droit privé, dont l'administrateur est le Maire de Strasbourg, œuvre depuis le XIIIe siècle à la gestion des dons et des chantiers de la cathédrale.



Dégradation de la face externe du vitrail



Vitrail avant restauration.



Détail du même vitrail après restauration.



Devenez vous aussi Bâtisseur de Cathédrale

Les avantages fiscaux consentis par l'Etat à un mécène sont très incitatifs : les dons ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% des versements pour une entreprise, dans la limite de 5‰ de son chiffre d'affaires hors taxes, et de 66% pour un particulier dans la limite de 20% de son revenu imposable.

Les dons peuvent être étalés sur la période 2007 à 2010, durée prévue pour la préparation, le lancement et l'exécution des travaux.

Les dons sont à adresser, avec le formulaire ci-dessous, à la **Fondation de l'Œuvre Notre-Dame** de la Cathédrale de Strasbourg (ou directement à l'Etat pour les entreprises qui possèdent leur propre fondation). Chaque don fait l'objet d'un reçu fiscal établi par la Fondation et d'une lettre de remerciement personnelle.

Une convention précisera, pour les entreprises qui le souhaitent, leur engagement global, leur calendrier de versement ainsi que les voies selon lesquelles elles voudront inscrire cette opération de mécénat dans leur communication et leurs objectifs.

Fondation de l'Œuvre Notre-Dame
Restauration Vitraux
3, place du Château
67076 Strasbourg Cedex
www.oeuvre-notre-dame.org

Archevêché de Strasbourg
Restauration Vitraux
16, rue Brûlée
67081 Strasbourg Cedex
www.cathedrale-strasbourg.asso.fr

DRAC Alsace
Restauration Vitraux
2, place de la République
67082 Strasbourg Cedex
www.alsace.culture.gouv.fr

DON POUR LA RESTAURATION DES VITRAUX

Nom : ____________________ Prénom : ____________________

Et/ou Raison sociale : ____

Adresse : ____

Code postal : _____________ Ville : __________________________

Effectue pour la restauration des vitraux de la Cathédrale de Strasbourg, un don de mécénat d'un montant de __________________ €

par chèque bancaire ci-joint à l'ordre de « **Fondation de l'Œuvre Notre-Dame / Vitraux** »



DOCUMENT 68

PROPOSITIONS EN FAVEUR DU DEVELOPPEMENT DU MARCHE DE L'ART EN FRANCE

Rapport remis à

Christine Albanel
Ministre de la culture
et de la communication

par

Martin Bethenod
Catherine Chadelat
Guy Cogeval
Nathalie Moureau
Laurent Vallée

[...]

Les dispositions de l'article 238 bis AB prévoient, par ailleurs, que la somme déduite est réintégrée en cas de cession de l'œuvre. Cette disposition paraît viser, selon l'administration fiscale, toute opération ayant pour effet de faire sortir le bien de l'actif immobilisé (fusion, apport ...). Or, si, lorsque l'artiste est toujours vivant, le cessionnaire peut bénéficier des dispositions de l'article 238 bis AB du code général des impôts, sous réserve de satisfaire à l'ensemble des conditions prévues par cet article[6], il reste que la restructuration n'est pas neutre pour l'entreprise. La mission estime, dans ces conditions, que la loi fiscale devrait être modifiée pour faire obstacle à la réintégration dans l'hypothèse où la « cession », au sens de l'article 238 bis AB, procède d'une transmission universelle de patrimoine (fusion, scission, apport partiel d'actifs) soumise au régime spécial de faveur organisé par les dispositions des articles 210 A et 210 B du code général des impôts.

Recommandation 5

Il est recommandé d'organiser la neutralité des opérations de restructuration sur le bénéfice de la déduction prévue par les dispositions de l'article 238 bis AB du code général des impôts.

Ces modifications apportées, la mission insiste, par ailleurs, sur la nécessité d'améliorer la connaissance par les entreprises de ce mécanisme de déduction. Il est essentiel que les réformes proposées soient l'occasion d'une meilleure communication, ciblée notamment sur les nouveaux bénéficiaires potentiels, quant aux avantages qu'offrent les dispositions de l'article 238 bis AB du code général des impôts. Une action de communication appropriée à travers les organisations représentatives des entreprises ou les chambres de commerce et les professionnels du marché de l'art devrait être développée.

Recommandation 6

Il est recommandé de mieux porter à la connaissance des entreprises les dispositions favorables à l'acquisition d'œuvres originales d'artistes vivants dans le cadre d'une campagne de communication associant les services du ministère de la culture, les organisations représentatives des entreprises et les professionnels du marché de l'art.

Au-delà de ce seul dispositif particulier, il a, par ailleurs, semblé aux membres de la mission qu'il convenait d'engager une nouvelle réflexion sur le mécénat d'entreprise.

2. Engager une réflexion interministérielle sur le mécénat d'entreprise.

Sur la période récente, le ministère de la culture a pris de nombreuses initiatives pour conférer sa plus large portée aux dispositions de la loi du 1er août 2003. La création d'une mission du mécénat ou d'une médaille de Grand mécène, la signature de plusieurs chartes pour le développement du mécénat avec les chambres de commerce et d'industrie, le conseil supérieur du notariat ou

[6] D. adm. 4 C-754 n°3 du 30 octobre 1987.

le conseil supérieur des experts comptables ont notamment contribué à informer les entreprises et à les aider à tirer parti des mesures incitatives créées par le législateur. Certaines réussites sont exemplaires : on peut mentionner, en ce sens, et à titre d'exemple, l'engagement d'entreprises, certaines de taille modeste, pour soutenir l'acquisition récente du tableau « La fuite en Egypte » de Nicolas Poussin.

Le mécénat d'entreprise ne saurait pourtant, et évidemment, être réduit au seul champ artistique et culturel. Outil de gestion, de communication pour une entreprise, à l'égard des salariés comme de leur environnement, le mécénat contribue à conforter son image, son identité ou ses valeurs. Il excède ainsi très largement le secteur culturel. Il s'agit désormais d'un enjeu économique bien plus vaste par la diversité et le nombre des entreprises qui soutiennent des activités d'intérêt général nombreuses et différenciées. Engagées à l'origine dans le mécénat culturel, puis dans le mécénat sportif, les entreprises explorent et s'impliquent désormais davantage dans des actions aux dimensions environnementales, humanitaires, d'insertion, de proximité …

Les dispositifs d'incitation prévus par la loi organisent un partage entre la contribution commune revenant à l'Etat et le financement privé d'œuvres d'intérêt général. L'opportunité des modifications de ce partage, comme la pertinence des améliorations qu'il convient de lui apporter, ne peut relever que d'une analyse transversale des actions de mécénat développées par les entreprises. L'appel à l'implication des entreprises ne peut être correctement dessiné que si les besoins des différents donataires, pour toutes les formes d'actions envisagées, sont connus.

Dans ces conditions, la réflexion sur le mécénat d'entreprise ne peut être menée de manière isolée par le ministère de la culture, néanmoins pionnier en la matière, et aurait au contraire avantage à être envisagée dans une perspective plus large. Dès lors qu'il est question de la responsabilité sociale des entreprises au sens large, et de leur implication dans des activités d'intérêt général, l'enrichissement des différents mécanismes prévus par le législateur comme le partage des expériences menées doit être envisagé de manière interministérielle.

Dans ces conditions, la mission estime souhaitable qu'une réflexion interministérielle soit menée pour coordonner et améliorer l'organisation et les moyens de l'ensemble des champs d'action du gouvernement concernés par la question du mécénat (culture, environnement, insertion, lutte contre la pauvreté …).

Recommandation 7

Il est recommandé d'engager une réflexion interministérielle sur le mécénat d'entreprise pour procéder à un partage d'expérience, à la détermination de bonnes pratiques et pour développer des outils d'information et de communication communs.

A ces propositions et pistes de travail qui sont orientées vers les entreprises doivent s'ajouter des mesures en direction des particuliers.



DOCUMENT 69

REFLEXION SUR LA POSSIBILITÉ POUR LES OPÉRATEURS PUBLICS D'ALIÉNER DES ŒUVRES DE LEURS COLLECTIONS

Rapport remis à

Christine Albanel
Ministre de la Culture
et de la Communication

par
Jacques Rigaud

avec le concours de
Claire Landais

page 181

Ce qui est peut-être vrai pour certains aspects du spectacle vivant ne l'est pas, je l'affirme, pour la musique, le patrimoine monumental et pour les musées. Pour avoir été,, à des titres divers, associé à des opérations comme Beaubourg, Orsay et le Grand Louvre, je peux attester que ces « offres » nouvelles, qui ne correspondaient en effet à aucune demande ou attente expresse du public, ont immédiatement et durablement trouvé ce public, bien au-delà du « tout petit nombre » des habitués; et il en va de même du musée du quai Branly qui attire un public bien supérieur aux prévisions (2,3 millions de visiteurs depuis son ouverture au printemps 2006), et au demeurant fort divers.

Il reste assurément beaucoup à faire pour réaliser le rêve de Malraux de « l'accès du plus grand nombre aux oeuvres capitales de l'humanité », mais les musées ne sont pas les derniers à y contribuer. Tout doit être fait pour les y encourager.

Dans la lettre de mission qui m'a été adressée, la ministre parle de « respiration » des collections publiques, « autrement dit la possibilité pour l'Etat et pour les autres collectivités propriétaires, de renouveler certaines pièces de leurs collection afin d'en augmenter la richesse d'ensemble », en évitant deux écueils déjà signalés plus haut : la circulation totale et le stockage définitif.

Disons tout de suite que ces écueils sont purement théoriques : jamais un musée ne pratiquera la « circulation totale » de ses oeuvres, et pas davantage un « stockage » définitif (je persiste d'ailleurs à regretter l'emploi de ce terme de stockage, ayant tenté de montrer que les réserves n'étaient en aucune manière des « stocks » au sens du commerce). J'ai également souligné que les musées « respiraient », plus qu'ils ne l'avaient jamais fait auparavant : prêts, dépôts, échanges de toute nature, projets de Lens et de Metz, projet du nouveau président du Centre Pompidou d'un module d'exposition itinérante. Les musées travaillent de plus en plus en « réseau », y compris au niveau européen, sans parler d'Abou Dabi.

Un musée a le devoir de se « renouveler » pour reprendre l'expression de la ministre ; mais avant de songer à se défaire d'oeuvres de ses collections pour en acheter d'autres, il se doit d'attirer à lui le maximum d'oeuvres nouvelles. Or, on assiste depuis quelques années à une augmentation et à une diversification des moyens d'acquisition des musées. Si les crédits budgétaires d'acquisition ont accusé un certain fléchissement dans la précédente décennie, tel n'est plus le cas dans les dernières années, au moins pour les grands musées. Il y a une véritable dynamique d'acquisitions dans les musées de France, et l'on surprendrait assurément les observateurs étrangers si on leur apprenait que, dans ce contexte, ces musées en viennent à envisager de vendre des oeuvres, et de surcroît qu'ils y sont incités par l'Etat.

Ainsi le Louvre, en trois années d'exercice autonome, a-t-il pu acquérir près de 700 nouvelles pièces pour une valeur totale de 87,5 millions d'euros, dont 203 pièces en 2006, et 76% d'entre elles à titre onéreux. Pour l'exercice 2006, les résultats d'une excellente fréquentation ont permis de réserver aux dépenses d'acquisition un budget propre de 6,6 millions (20 % du droit d'entrée aux collections permanentes) auxquels s'ajoutent 1,5 million de contribution du Fonds du patrimoine. Le mécénat d'entreprise a apporté en 2006 7,5 millions sur les 10 consacrés en 2006 à l'acquisition de trésors nationaux et d'oeuvres d'intérêt patrimonial majeur. Si l'on ajoute l'ensemble des libéralités et les dations en paiement, ce sont plus de 24 millions d'euros qui sont allés en 2006 à l'enrichissement des collections du Louvre (dont 5 trésors nationaux).

Fonds publics, libéralités des personnes physiques, mécénat d'entreprise, et maintenant concours publics et privés en provenance de l'étranger, contribuent à donner aux plus grands de nos musées des moyens inégalés pour leurs acquisitions et aussi pour leurs investissements. C'est de là qu'il aurait fallu partir pour engager une réflexion prospective à long terme sur la stratégie des musées et leur contribution à la valorisation du patrimoine de la Nation, et non d'une hypothèse de bouclage de fins de mois par des ventes d'oeuvres.

On semble en effet ignorer le mouvement en profondeur que traduit l'investissement de la société civile dans le bien commun par le mécénat des particuliers et, plus encore, des entreprises. Pour avoir été

témoin et acteur de cette mutation à la tête d'ADMICAL depuis 1979, je peux témoigner qu'il ne s'agit pas seulement d'une facilité fiscale bien exploitée. Des entreprises de toute taille ont compris qu'en s'associant dans le cadre d'un vrai partenariat avec une institution culturelle, elles n'en tireraient pas seulement un bénéfice d'image, mais que ce genre d'initiatives renforçait le sentiment d'appartenance à l'entreprise chez ceux qui y travaillent et que la mise en rapport avec ceux qui, à des titres divers, sont en charge du patrimoine et de la création, contribuait à élargir l'horizon de chacun et à enrichir sa sensibilité et souvent



sa créativité à l'intérieur même de l'entreprise considérée. Ce n'est donc pas un hasard si, à partir d'une relation nouée ponctuellement pour l'acquisition d'un trésor national ou pour le soutien à une exposition temporaire, des entreprises, et parfois des clubs d'entreprises, ont choisi de s'associer financièrement à de grands opérations d'investissement des musées, comme le nouveau département des arts de l'Islam, ou de restauration comme la Galerie des Glaces à Versailles ou la Galerie d'Apollon au Louvre. TOTAL, VINCI, AXA et bien d'autres sont ainsi devenus des partenaires durables des grands musées. Ils contribuent même à la « circulation » des collections ; ainsi, l'acquisition grâce à CARREFOUR des dessins italiens de la Renaissance de la collection Beistegui s'est traduite par la répartition de cette prestigieuse collection entre le département des arts graphiques du Louvre et cinq grands musées de région.

Ce type de partenariat de longue haleine n'en est qu'à ses débuts. Il peut d'ailleurs associer un des grands musées nationaux et un musée en région, comme on vient de le voir avec l'acquisition comme trésor national de « La fuite en Egypte » de Poussin, qui associe le Louvre et ses mécènes au musée des Beaux-Arts de Lyon et aux entreprises lyonnaises qui l'ont soutenue.

Le développement de ces partenariats implique une relation de confiance entre les parties. Il y a quelque mauvaise foi à affirmer qu'ils auraient entraîné une « mercantilisation » des comportements et de la mentalité des responsables de musées. Ce sont plutôt les musées les plus impécunieux qui sont sur ce plan les plus vulnérables ; mais si les musées, à commencer par les plus grands, se lançaient dans une politique d'aliénation de leurs oeuvres, on peut se demander si les entreprises resteraient aussi motivées pour s'associer à eux dans leurs initiatives les plus novatrices et ambitieuses. Les témoignages que j'ai recueillis personnellement permettent d'en douter.

En d'autres termes, l'engagement des musées de France dans une politique ouvertement fondée sur l'aliénation des oeuvres pour permettre un enrichissement des collections risquerait de compromettre dans la durée la poursuite d'un effort de diversification de leurs ressources pour les acquisitions et maintenant – j'y insiste – pour de grandes opérations d'investissement. Indépendamment des avantages fiscaux incontestables
qui profitent à ceux qui y recourent, ce système original et multiple de cofinancement a créé un esprit de partenariat durable entre le monde des musées et celui des entreprises, précisément parce que leurs logiques respectives sont différentes, non concurrentes mais complémentaires. Il serait dommage qu'un musée apparaisse à l'avenir comme une entreprise en difficulté qui doit vendre ses stocks pour survivre. Le milieu des entreprises mécènes ne le comprendrait pas et risquerait, je le répète, de se démobiliser.

C'est d'autant plus vrai que tout ce qui a été fait depuis quelques années pour apporter aux musées le concours des entreprises a été conçu dans un esprit parfaitement compatible avec les exigences permanentes et hautement prioritaires du service public. Qu'il s'agisse de la dation en paiement, du régime d'acquisition des « trésors nationaux » ou des diverses formules de dégrèvement fiscal, dont l'efficacité est désormais reconnue, on est en présence d'une autre forme d'effort public (sous forme de « manque à gagner fiscal ») assortie de procédures d'acceptation et de contrôle qui préservent intégralement les prérogatives de la puissance publique. Ces formes d'association, désormais bien rodées, de la société civile à la recherche et à la mise en oeuvre du bien commun ont suscité des partenariats très prometteurs entre musées et entreprises. Elles peuvent être encore développées, comme le souhaite le chef de l'Etat. Tout le monde y trouverait son compte, à la lumière de ce qui s'est vérifié depuis l'intervention des lois de 2002 et 2003. Il s'agit en effet de collaborations mutuellement bénéfiques et vécues bien au-delà d'un rapport strictement financier. Rendre aliénables les oeuvres des collections publiques, dans des proportions démesurées et hasardeuses, risquerait de démotiver les entreprises.

J'ai été frappé, à travers toutes les consultations que la présente mission m'a conduit à opérer, de l'image très forte et du crédit intellectuel et moral des musées de France en général, et des plus grands d'entre eux en particulier. On sait qu'ils ont de gros besoins d'argent pour financer investissements, acquisitions, expositions, mais on ne les imagine pas en nécessiteux. Il faudrait vraiment que des opérations de déclassement, aboutissant à des cessions, si l'on fait ce choix, soient conduites avec tact et dans un esprit de grande transparence et de pédagogie pour ne pas dégrader l'image prestigieuse et attractive qui est aujourd'hui celle des musées dans l'esprit public. Tant d'oeuvres ont été données avec la conviction que, même non exposées, elles resteraient dans le patrimoine public, tant d'artistes ont accepté de vendre au bénéfice d'une collection publique une de leurs oeuvres à un prix inférieur au prix du marché, parce qu'il



s'agissait de l'intégrer dans les collections permanentes d'un musée de France : on ne gagnerait rien à déstabiliser le public dans l'idée qu'il se fait aujourd'hui du musée. Et si les auteurs du rapport Jouyet-Lévy ne sont pas les seuls à penser que les musées doivent avoir, dans certains domaines en tout cas, une démarche davantage commerciale, et à ce titre offensive, on aurait tort de penser que tout, en ce domaine, leur soit permis.

Pour en revenir aux déclassements, je ne peux que le répéter : l'absence de mise en oeuvre de la procédure formellement instituée par la loi de 2002 est une anomalie. Elle méritait au moins d'être expérimentée.

Quand on pousse les responsables des collections dans leurs retranchements, rares sont ceux qui ne consentent pas à reconnaître qu'il existe, dans la masse des oeuvres qui leur sont confiées, certaines pièces dont on pourrait se séparer sans aucun dommage, soit en les proposant à un autre musée, soit en les « aliénant », soit même, à la limite, en les détruisant. En dehors même de toute considération de « profit » d'une vente éventuelle, l'allègement physique des réserves serait en soi un résultat appréciable, surtout si l'on se place dans une perspective d'avenir à long ou très long terme, comme on le fait si volontiers pour le passé en jurant qu'un jour tel objet jugé sans valeur deviendra peut-être intéressant. Aucun musée ne peut rester indifférent devant la perspective de réserves croissant sans limites et de plus en plus coûteuses dans leur gestion.

Il est vrai que si l'on pose la question en ces termes, on se trouve en présence d'un problème d'une grande ampleur, et dont on ne peut dire qu'il soit parfaitement maîtrisé : c'est celui de la gestion des réserves des musées. Qu'il s'agisse des inventaires, de la procédure de récolement désormais obligatoire ou de la gestion proprement physique des réserves, beaucoup reste à faire. Des rapports parlementaires ou administratifs ont attiré l'attention sur des carences ou de graves lacunes dans la gestion de certaines collections. La direction des Musées de France a mis en place un plan visant à professionnaliser le gestion des réserves : politique d'inventaire et de récolement couplée avec une informatisation des inventaires et la numérisation des fonds ainsi identifiés. C'est par l'intensification et l'accélération de ce plan que passe tout progrès en ce domaine. Cela suppose, dès le stade de leur formation, l'implication de tous les personnels qui, à quelque niveau que ce soit, répondent de l'intégrité des collections publiques. Effort collectif, austère, assurément moins spectaculaire qu'une de ces mesures dont la simple annonce suffit aux médias, et parfois à ceux qui les informent ; mais c'est de cet effort que dépend en définitive l'avenir même des musées et la continuité de l'effort que la Nation et l'Etat sont disposés à consentir pour la sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine.



DOCUMENT 70



BULLETIN OFFICIEL DES IMPÔTS

DIRECTION GÉNÉRALE DES IMPÔTS

4 C-5-04

N° 112 du 13 JUILLET 2004

FRAIS ET CHARGES (BIC, IS, DISPOSITIONS COMMUNES). MESURES EN FAVEUR DU MECENAT. VERSEMENTS EFFECTUES AU PROFIT D'ŒUVRES OU D'ORGANISMES D'INTERET GENERAL

(C.G.I., art. 200 bis, 220 E, 238 bis, 238 bis-0 A, 238 bis-0 AB, 238 bis A, 238 bis AA et 238 bis AB)

NOR : ECO F 04 10024J

Bureau B 2

PRESENTATION

Les articles 6 et 14 de la loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations (n° 2003-709 du 1er août 2003) et l'article 16 de la loi de finances pour 2004 (n° 2003-1311 du 30 décembre 2003) comportent diverses mesures visant à encourager le mécénat d'entreprise.

En premier lieu, le I de l'article 6 de la loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations modifie le dispositif de l'article 238 bis du code général des impôts qui permettait aux entreprises de déduire du montant de leur résultat, dans la limite de 2,25 ‰ ou de 3,25 ‰ de leur chiffre d'affaires selon le type d'organisme bénéficiaire, les dons qu'elles avaient effectués au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général. Ce dispositif de déduction est remplacé par une réduction d'impôt égale à 60% des versements et la limite de prise en compte des versements est portée à 5 ‰ du chiffre d'affaires.

Parallèlement, le I de l'article 6 susvisé et l'article 16 de la loi de finances pour 2004 étendent le bénéfice des dispositions de l'article 238 bis précité à l'ensemble des organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée qui ont pour activité principale la présentation au public de spectacles vivants ou cinématographiques.

Par ailleurs, le IV de l'article 6 déjà cité permet désormais aux entreprises qui acquièrent des instruments de musique et les prêtent à titre gratuit aux artistes interprètes qui en font la demande de bénéficier des dispositions prévues à l'article 238 bis AB du code général des impôts. Le III du même article 6 abroge les articles 238 bis A et 238 bis AA du code général des impôts, dont les dispositions sont désormais intégrées dans la nouvelle rédaction de l'article 238 bis déjà cité.

Enfin, l'article 14 de la loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations modifie le champ d'application des articles 238 bis-0 A et 238 bis-0 AB du code général des impôts.

Les modifications apportées au 4 de l'article 238 bis par l'article 40 de la loi pour l'initiative économique (loi n° 2003-721 du 1er août 2003) et par les I et II de l'article 15 de la loi de finances pour 2004 (loi n° 2003-1311 du 30 décembre 2003) sont commentées dans une instruction séparée.

La présente instruction présente ces dispositions.

•

3 5070112 P - C.P. n° 817 A.D. du 7-1-1975 B.O.I. I.S.S.N. 0982 801 X
DGI - Bureau L 3, 64-70, allée de Bercy - 75574 PARIS CEDEX 12
Directeur de publication : Bruno PARENT Responsable de rédaction : Sylviane MIROUX
Impression : ACTIS S.A. 146, rue de la Liberté - 59601 Maubeuge Abonnement : 149 € TTC Prix au N° : 3,50 € TTC

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE



DOCUMENT 71

Avis et communications

AVIS DIVERS

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

Avis relatif à l'appel au mécénat d'entreprise pour l'acquisition par l'Etat d'un trésor national dans le cadre de l'article 238 *bis* 0 A du code général des impôts

NOR : *MCCF0902100V*

La ministre de la culture et de la communication informe les entreprises imposées à l'impôt sur les sociétés d'après leur bénéfice réel qu'elles peuvent bénéficier de la réduction d'impôt sur les sociétés prévue à l'article 238 *bis* 0 A du code général des impôts égale à 90 % des versements qu'elles pourraient effectuer en participant à l'acquisition par l'Etat pour l'Etablissement public du musée du Louvre d'un tableau de Jean Auguste Dominique Ingres (Montauban 1780-Paris 1867), *Portrait du comte Mathieu-Louis Molé (1781-1855)*, huile sur toile, H. 147 cm, L. 114 cm, 1834.

Ce portrait représentant une grande figure de la politique française du XIXe siècle constitue une étape majeure dans l'histoire du portrait et marque l'intérêt nouveau d'Ingres, à partir des années 1830, pour saisir la vérité psychologique de ses modèles. D'une réelle sobriété de facture, il traduit de manière subtile le tempérament romantique et mélancolique du comte Molé. Ce tableau, un des derniers portraits de cette qualité peints par Ingres, s'avère d'une importance esthétique capitale dans l'œuvre de l'un des plus grands peintres français.

Sa valeur d'achat est fixée à 19 000 000 euros.

Les offres de versement, établies selon le modèle prévu par l'instruction de la direction générale des impôts 4-C-6-02 n° 184 du 24 octobre 2002, doivent être adressées à la direction des musées de France, 6, rue des Pyramides, 75041 Paris Cedex 01, où les dossiers relatifs aux trésors nationaux peuvent être consultés par les entreprises intéressées.



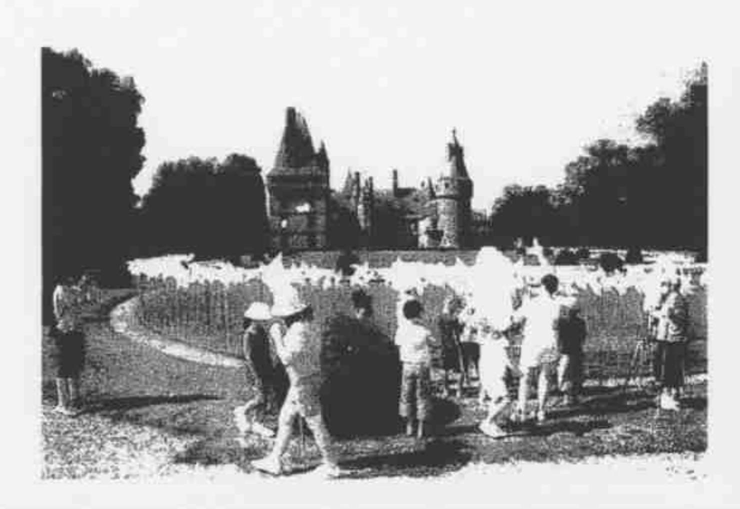
DOCUMENT 72

"Les Portes du Temps"

Juillet - août 2008

- 35 000 jeunes concernés
- 22 sites participants





Un patrimoine accessible à tous

« Les Portes du temps » ont été lancées à l'initiative du Ministère de la Culture et de la Communication au château de Fontainebleau en 2005, avec un objectif clair : ouvrir les sites patrimoniaux de façon volontariste et adaptée aux jeunes qui ne partent pas en vacances d'été, tout particulièrement ceux et celles qui, pour des raisons sociales, économiques et culturelles, n'ont pas accès à ce patrimoine, ne se sentent pas concernés, voire le plus souvent se sentent exclus de cet univers culturel : les jeunes issus de zones sensibles urbaines et rurales.

Il est essentiel, en effet, que tout un chacun perçoive que le patrimoine culturel national est un bien commun, qu'il a un sens pour tous dans notre vie d'aujourd'hui et de demain, afin que chaque jeune se sente impliqué, acteur et responsable dans la préservation et l'animation de notre patrimoine.



Principes des "Portes du Temps"





Les jeunes sont accueillis dans le cadre de groupes constitués sur la base d'**une vingtaine de participants** provenant de centres de loisirs, centres sociaux, maisons de quartier ou d'autres structures et issus des zones sensibles relevant de la politique de la ville, sans caractère d'exclusivité eu égard à la diversité des partenaires et des territoires.

La mise en œuvre de l'opération dans chacun des sites donne lieu à un **projet spécifique** qui peut être confié à **un opérateur extérieur** (compagnie de théâtre, association socio-culturelle...). Ce projet est le **fruit d'une collaboration** entre les équipes scientifiques et culturelles des sites, les différents intervenants (médiateurs, artistes...) et partenaires (réseaux de l'éducation populaire, acteurs de la politique de la ville...).

Chaque groupe de jeunes et leurs animateurs reçoivent **un accueil personnalisé** afin de les aider à se familiariser avec le site et à se créer des repères dans un univers souvent nouveau pour eux.

Pour un groupe, « Les Portes du Temps » se déroulent **sur une ou plusieurs journées** au cours desquelles chaque jeune, sur la base d'un thème qui tient lieu de fil conducteur, participe à des ateliers, à des parcours théâtralisés, à des visites inédites et interactives du site. Les **séquences d'observation** alternent avec des **activités dynamiques** de pratique artistique (arts plastiques, photographie, cinéma, danse, théâtre...) et/ou à caractère sportif (escrime, escalade pour l'attaque d'un château fort, tir à l'arc...), parfois dans le cadre de grands jeux.

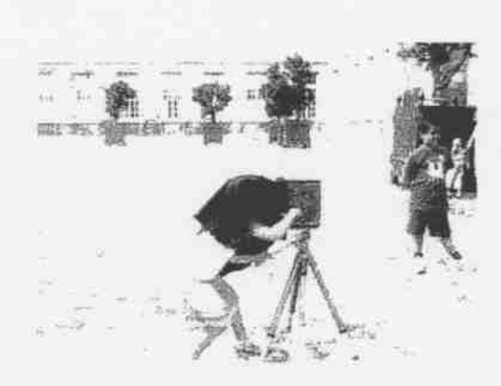
A l'issue de la journée, chaque jeune reçoit un « **pass-ambassadeur** » qui lui permet de revenir sur un des sites participants, accompagné de deux adultes de son choix, afin qu'il puisse leur ouvrir à son tour les portes du temps...



Les 22 sites participants
Abbaye de Port-Royal des Champs
Château de Compiègne
Château d'Ecouen
Château de Pau
Glanum - Saint-Remy-de-Provence
Villa Noailles - Hyères
Réunion

Patrimoine et Images

Outil de découverte active du patrimoine pour les jeunes, **l'image est utilisée sous toutes ses formes** au cours des « Portes du Temps ».



Au château de Pau, assisté par des professionnels de l'image et de l'écriture, le public adolescent sera le reporter de l'opération. C'est sous l'angle du cinéma que se fera la découverte du musée Fernand Léger, en collaboration avec la mission Alpes-Maritimes du Centre national de la Cinématographie. A la Saline Royale d'Arc-et-Senans, un photographe familier des lieux attirera le regard des jeunes sur la richesse de l'architecture du site tout en leur donnant des notions sur les techniques de la photographie.



Dans d'autres lieux, des ateliers multimédia seront utilisés comme de véritables outils pédagogiques au service d'une meilleure appropriation des lieux, au-delà de la seule approche ludique.

Impact social des "Portes du Temps"

« Les Portes du Temps » ont un réel impact sur l'emploi au niveau local, en raison du recrutement d'opérateurs et d'intervenants extérieurs, en plus de la mobilisation des équipes internes des sites qui participent à l'opération. L'ensemble des emplois externes sur les 14 sites représentait en 2007 environ 210 emplois, soit une moyenne de 15 par site. **Pour l'édition 2008, l'impact est évalué à 300 emplois.**



Les personnes concernées par ces emplois sont essentiellement des jeunes de 18 à 30 ans.

Le recours à des artistes, à des médiateurs, à du personnel d'accueil pour les jeunes, est bien un principe constitutif des « Portes du Temps », car il **permet notamment un renouvellement de l'offre des sites et une dynamisation de leur politique de public**.



Enfin, les « Portes du Temps » ont également pour objet, en lien avec le temps fort de l'été, de **générer de véritables collaborations** avec les centres d'accueil des jeunes, leurs animateurs, les acteurs de la politique de la ville et de la solidarité. **Elles ont donc vocation à pérenniser et à approfondir ces partenariats sans lesquels toute démarche d'élargissement des publics est vaine.**

Succès 2005, 2006 et 2007

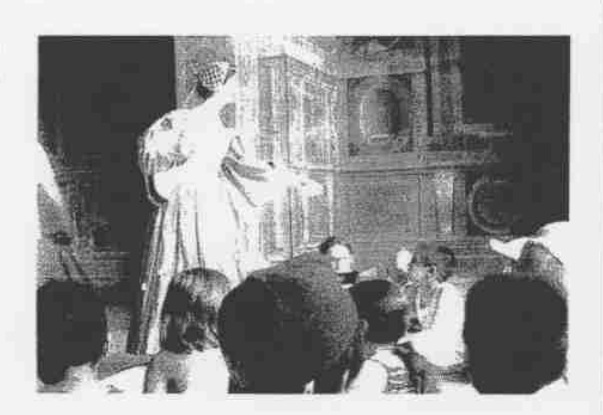
Depuis la création des « Portes du Temps », le succès ne se dément pas et les participants à l'opération sont de plus en plus nombreux :

Plus de 8000 jeunes et leurs animateurs ont été accueillis à Fontainebleau durant l'été 2005 lors de la première édition des « Portes du Temps », testée sur un site unique.

Ils étaient **plus de 25 000 en 2006** et **plus de 30 000 en 2007** à y participer.

L'édition 2007 s'est déroulée du 9 juillet au 24 août sur 14 sites, avec un taux de fidélisation des centres de loisirs d'environ 2/3 pour certains sites, permettant de créer des liens privilégiés durables tout au long de l'année.

Une évaluation globale menée à l'issue de l'opération 2007 met en évidence un **très fort taux de satisfaction** des jeunes et des animateurs qui plébiscitent notamment l'accueil personnalisé et l'interactivité des ateliers et des visites.





Page 193

Partenaires des "Portes du Temps"

L'opération « Les Portes du Temps » est organisée par le Ministère de la Culture et de la Communication, en collaboration avec l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'ACSè). Elle est mise en œuvre par la direction des musées de France qui coordonne l'opération, la Réunion des musées nationaux, le Centre des monuments nationaux, les directions régionales des affaires culturelles (DRAC), les collectivités territoriales et les associations propriétaires et gestionnaires des sites.

« Les Portes du Temps » bénéficient d'un soutien important de la politique de la ville, au travers d'une forte implication des préfectures, dans le cadre de nos objectifs communs en faveur de la cohésion sociale, de la lutte contre l'exclusion et de l'accès des publics défavorisés à la culture.

Les Fédérations d'éducation populaire signataires de la charte culture/éducation populaire, tout particulièrement les FRANCAS, mais aussi les Fédérations des centres sociaux et des Maisons des jeunes et de la culture de France, se sont associées au Ministère de la Culture et de la Communication dès l'origine des « Portes du Temps », avec la conviction qu'une offre adaptée et un travail de sensibilisation et de formation des réseaux des structures d'accueil des jeunes sont des conditions nécessaires du succès et de la pérennité de l'opération.



page 194

Budget prévisionnel 2008

Le budget prévisionnel de l'édition 2008 des "Portes du Temps" s'élève à **1 520 000 euros**, soit une moyenne de 70 000 euros par site.



Les recettes sont les suivantes :

Etat - Ministère de la Culture et de la Communication (DMF, RMN, CMN, DRAC)	**450 000 €**
Etat - Politique de la ville (préfectures)	**450 000 €**
Collectivités territoriales	**170 000 €**
Mécénat	**450 000 €**
TOTAL	**1 520 000 €**



Plan de communication

Une communication des « Portes du Temps » sera menée au niveau national par le Ministère de la Culture et de la Communication, en collaboration avec l'Agence pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'ACSé).

Il revient à chaque site d'assurer une communication locale de l'opération.

Dispositif national :

- conférence de presse de lancement de l'opération
- annonce de l'opération sur les sites internet du Ministère : culture.fr (400 000 connexions/mois) et culture.gouv.fr (300 000 connexions/mois)
- mini-site internet dédié aux « Portes du Temps »
- 2 000 invitations pour le lancement de l'opération
- 3 000 dossiers de presse
- 1 500 affiches 40x60cm
- 30 000 « pass ambassadeur »



Pourquoi soutenir "Les Portes du Temps"?

Pour réaliser « Les Portes du Temps » 2008, le Ministère de la Culture et de la Communication recherche des entreprises partenaires pour un montant global de **450 000 euros**.

Etre partenaire des « Portes du Temps », c'est :

√ Associer son nom à une opération prioritaire du Ministère de la Culture et de la Communication,

√ Permettre à plus de 35 000 jeunes qui ne partent pas en vacances de découvrir le patrimoine, la culture et les arts avec une approche ludique et créative, exigeante sur les plans scientifique et culturel,

√ Contribuer à l'insertion par la culture de jeunes issus de zones sensibles,

√ Encourager les jeunes à avoir une démarche éco-responsable en faveur de l'environnement, de nos paysages et de notre patrimoine paysager,

√ Aider au financement de près de 300 emplois en région,

√ Bénéficier d'une visibilité différente pour faire passer vos messages et vos valeurs.



Contreparties

Une visibilité importante

Votre entreprise sera présente sur l'ensemble du dispositif de communication de l'opération, son logo et/ou sa mention figureront sur tous les supports de communication de la manifestation (voir plan de communication).

Lancement et inaugurations

Votre entreprise sera associée au lancement et aux conférences de presse de l'opération organisés par le Ministère de la Culture et de la Communication.
Vous disposerez d'invitations aux inaugurations à Paris et dans les régions.

Un accès privilégié aux sites

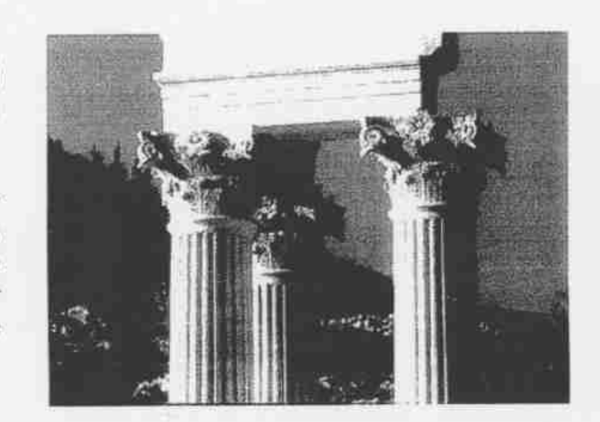
Votre entreprise bénéficiera de laissez-passer coupe-file, valables toute l'année, pour les sites participants aux "Portes du Temps", qu'elle pourra offrir librement à ses collaborateurs, ses clients et ses partenaires.



Dispositif fiscal - loi du 1er août 2003

La loi du 1er août 2003, relative au mécénat, aux associations et aux fondations a créé un dispositif fiscal très incitatif (doublant l'avantage antérieur) en faveur du mécénat des entreprises.

Celles-ci peuvent bénéficier d'**une réduction d'impôt sur les sociétés égale à 60% du montant de leurs dons** retenus dans la limite d'un plafond de 0.5% du chiffre d'affaire hors taxes (avec la possibilité de reporter l'excédent sur les cinq exercices suivants en cas de dépassement de ce seuil)*.



* article 238 bis du Code général des impôts